



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA: INGENIERÍA DE EMPRESAS

TRABAJO DE TITULACIÓN

TIPO: Proyecto de Investigación

Previo a la obtención del título de:

INGENIERA DE EMPRESAS

TEMA:

PLAN DE NEGOCIOS DE LA COOPERATIVA DE TAXIS “SEÑOR DEL BUEN SUCESO” DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA CHIMBORAZO, PARA EL PERIODO 2017-2020.

AUTORA:

ADRIANA MARIA QUINATA ORTIZ

RIOBAMBA – ECUADOR

2017

CERTIFICADO DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de investigación, previo a la obtención del título de Ingeniera de Empresas, desarrollado por la Sra. ADRIANA MARIA QUINATA ORTIZ, ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Jorge Luis Chafla Granda

DIRECTOR

Ing. María Fernanda Miranda Salazar

MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, ADRIANA MARIA QUINATA ORTIZ declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 02 de Agosto de 2017

Adriana María Quinata Ortiz

C.C. 060455286-9

DEDICATORIA

Este trabajo va dirigido a Dios por darme las fuerzas, perseverancia en cada paso que he dado para conseguir mis objetivos, forjándome como una persona con principios y valores.

Con mucho Amor y Cariño también dedico a mis Padres Juan Quinata y María Ortiz, a ellos por ser mi pilar fundamental, por su apoyo incondicional que me han brindado, por sus valores que me han inculcado para seguir adelante y no rendirme.

A mi sobrina Madison Ivana, quien llena de felicidad mis días y por ser mi motivación para seguir adelante.

Adriana Quinata

AGRADECIMIENTO

A Dios por su infinito amor conmigo, concediendo la valiosa oportunidad de la vida y permitir cumplir uno de objetivos como es culminar la educación universitaria a la vez a mis padres y hermanos que siempre confiaron en mí y me apoyaron de todas las formas posibles en todo tiempo.

Agradezco infinitamente a Ing. Jorge Luis Chafla y Ing. María Fernanda Miranda, quienes, con sus conocimientos, orientación, y apoyo que hicieron posible la culminación del presente trabajo de titulación

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, Escuela de Ingeniería de Empresas, por abrirme sus puertas para poder formar como profesional, a los docentes por todos los conocimientos, y experiencias compartidas. Y a todos mis compañeros/as y mis amigos/as que de una otra forma compartimos mucho tiempo en las aulas y fuera de ella gracias a cada uno de ustedes agradezco infinitamente por su apoyo.

Adriana Quinata

ÍNDICE GENERAL

Portada	i
Certificado del tribunal	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice general.....	vi
Índice de gráficos.....	ix
Índice de tablas	x
Resumen.....	xii
Abstract.....	xiii
Introducción	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	3
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1.1 Planteamiento del problema	4
1.1.2 Delimitación del problema	4
1.2 JUSTIFICACIÓN	5
1.3 OBJETIVOS	6
1.3.1 Objetivo general	6
1.3.2 Objetivos específicos.....	6
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	7
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	7
2.1.1 Investigaciones previas sobre plan de negocios	7
2.1.2 Antecedentes históricos.....	8
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	8
2.2.1 Plan de negocios.....	8
2.2.2 Marco legal.....	17
2.2.3 Marco conceptual	20
2.3 IDEA A DEFENDER	23
2.4 VARIABLES	23
2.4.1 Variable Independiente	23

2.4.2	Variable Dependiente	23
CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO.....		24
3.1	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	24
3.2	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	24
3.3	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	25
3.4	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	26
3.4.1	Métodos	26
3.4.2	Técnicas.....	27
3.4.3	Instrumento.....	27
3.5	RESULTADOS	28
3.5.1	Análisis de resultados de la Encuesta.....	28
3.5.2	Análisis entrevista al Gerente General	29
3.5.4	Análisis de las encuestas	32
3.5.5	Análisis y encuesta a los clientes	42
CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....		52
4.1	PLAN DE NEGOCIOS DE LA COOPERATIVA DE TAXIS “SEÑOR DEL BUEN SUCESO” DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA CHIMBORAZO, PERIODO 2017-2020.....	52
4.2	CONTENIDO DE LA PROPUESTA.....	52
4.3	PLAN TÉCNICO.....	53
4.3.1	Macro localización	53
4.3.2	Micro localización.....	54
4.3.3	Ubicación de la empresa	54
4.3.4	Logotipo.	55
4.4	PLAN ADMINISTRATIVO	56
4.5	ESTUDIO DE MERCADO	79
4.5.1	Demanda.....	79
4.5.2	Oferta.....	79
4.5.3	Análisis de la competencia.....	80
4.5.4	Estrategias	90
4.5.5	Líder en costos	91
4.6	PLAN DE MARKETING.....	93
4.7	PLAN FINANCIERO.....	96

4.7.1	Plan de trabajo	107
	CONCLUSIONES	109
	RECOMENDACIONES.....	110
	BIBLIOGRAFIA	111

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1:	Modelo de Plan de Negocios propuesto por Longenecker, Moore y Petty	10
Gráfico 2:	Socio de la cooperativa.....	32
Gráfico 3:	Importancia del trabajo.....	33
Gráfico 4:	Importancia del trabajo.....	34
Gráfico 5:	Incentivos.....	35
Gráfico 6:	Estrategia de marketing.....	36
Gráfico 7:	Estrategia de mejora.....	37
Gráfico 8:	Plan de negocio.....	38
Gráfico 9:	Implementación de un plan de negocio.....	39
Gráfico 10:	Proceso para brindar el servicio.....	40
Gráfico 11:	Participe en la toma de decisiones.....	41
Gráfico 12:	Edad.....	42
Gráfico 13:	Genero.....	43
Gráfico 14:	Transporte que utiliza.....	44
Gráfico 15:	Servicio de taxi.....	45
Gráfico 16:	Servicio de taxi personalizado.....	46
Gráfico 17:	Aspectos importantes.....	47
Gráfico 18:	Cooperativa a la que pertenece.....	48
Gráfico 19:	Servicio.....	49
Gráfico 20:	Existencia de la cooperativa de taxis “Señor del Buen Suceso”.....	50
Gráfico 21:	Formar parte de la cooperativa.....	51
Gráfico 22:	Macro localización.....	53
Gráfico 23:	Micro localización.....	54
Gráfico 24:	Ubicación.....	55
Gráfico 25:	Organigrama de la cooperativa de taxis "Señor del Buen Suceso".....	63
Gráfico 26:	Flujograma del proceso de atención.....	89
Gráfico 27:	Estrategias genéricas.....	90

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1:	Población.....	25
Tabla 2:	Ficha de gerente general	29
Tabla 3:	Resultados entrevista gerente general	29
Tabla 4:	Socio de la cooperativa	32
Tabla 5:	Importancia del trabajo	33
Tabla 6:	Capacitación a los choferes.....	34
Tabla 7:	Incentivo por su trabajo	35
Tabla 8:	Estrategia de marketing.....	36
Tabla 9:	Estrategia de mejora.....	37
Tabla 10:	Importancia del Plan de negocios	38
Tabla 11:	Implementación de un plan de negocios	39
Tabla 12:	Proceso para brindar el servicio	40
Tabla 13:	Participe en la toma de decisiones	41
Tabla 14:	Edad	42
Tabla 15:	Genero.....	43
Tabla 16:	Transporte que utiliza	44
Tabla 17:	Servicio de taxi	45
Tabla 18:	Importancia de la existencia del Servicio de taxi personalizado	46
Tabla 19:	Aspectos importantes al momento de contratar servicio de taxi.....	47
Tabla 20:	Cooperativa a la que pertenece al momento de trasladar.....	48
Tabla 21:	Servicio	49
Tabla 22:	Existencia de la cooperativa de taxis “Señor del Buen Suceso”	50
Tabla 23:	Desea formar parte de la cooperativa.....	51
Tabla 24:	Asamblea de Socios	69
Tabla 25:	Perfil del cargo del presidente.....	70
Tabla 26:	Perfil de cargo del gerente general.....	71
Tabla 27:	Perfil de cargo de la secretaria	72
Tabla 28:	Perfil de cargo del asesor jurídico.....	73
Tabla 29:	Consejo de administración	74
Tabla 30:	Consejo de vigilancia	75
Tabla 31:	Comisión de educación y cultura	76

Tabla 32:	Comisión de deportes.....	77
Tabla 33:	Comisión de radio frecuencia	78
Tabla 34:	Turnos	80
Tabla 35:	Cooperativa de taxis en la ciudad de Riobamba	81
Tabla 36:	Análisis FODA.....	84
Tabla 37:	Ingresos proyectados.....	96
Tabla 38:	Egresos proyectados.....	97
Tabla 39:	Gastos Administrativos	98
Tabla 40:	Gastos de Publicidad.....	98
Tabla 41:	Tabla de depreciación	99
Tabla 42:	Tabla de amortización.....	100
Tabla 43:	Estado de resultados.....	101
Tabla 44:	Balance general.....	102
Tabla 45:	Flujo neto de efectivo.....	103
Tabla 46:	del Valor Actual Neto (VAN).....	104
Tabla 47:	Calculo de Tasa Interna de Retorno-TIR	104
PTabla 48:	Tabla de cálculo de relación beneficio costo (RBC).....	106

RESUMEN

El siguiente trabajo investigativo consiste en diseñar un Plan de Negocios para la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso”, periodo 2017-2020. El principal objetivo es planificar, coordinar, organizar y controlar recursos y actividades de la entidad y, de ese modo, ser más eficientes. Para el efecto, se desarrolló un análisis FODA para determinar la situación actual de la empresa, se realizó las encuestas a los socios y clientes también se efectuó la entrevista al gerente general de la cooperativa. Donde se encontró bajo nivel de difusión en medios publicitarios, insuficiencia de tecnología apropiado, la alta competencia y el aumento de los precios de los insumos. El diseño del plan de negocios ayudará a direccionar a la gerencia, directivos y colaboradores hacia un objetivo donde se quiere llegar a corto y largo plazo optimizando recursos, de tal manera poder brindar servicios de calidad que sea satisfactorio para los socios y clientes. Además ayudará lograr el cumplimiento de sus objetivos y el aumento de sus ingresos, mejorando la calidad de vida de sus socios y clientes.

Palabras Claves:<CIENCIAS ECONÓMICASY ADMINISTRATIVAS> <PLAN DE NEGOCIOS> <INNOVACIÓN> <PLANIFICACIÓN> <ESTRATEGIAS> <RIOBAMBA (CANTÓN)>.

.....

Ing. Jorge Luis Chafla Granda

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

ABSTRACT

The following research is a business plan for the “Señor del Ben Suceso” taxi cooperative, period 2017-2020. The main objective is to plan, coordinate, organize and control the resources and activities of the entity and, thus, be more efficient. For this purpose, a SWOT analysis was developed to determine the actual situation of the Company, the surveys were carried out to the partners and the clients and also the general manager of the cooperative was interviewed. Where the low level of diffusion was found in advertising media, insufficiency of appropriate technology, high competition and the increase the prices of the inputs. The design of the business plan helped direct management, managers, and employees towards a goal where they want to reach short and long term optimize resources, so as to be able to offer quality services that are satisfactory for partners and clients. It will also help to achieve the goals and increase of the incomes, improving the quality of life for partners and customers.

Key words: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES > <BUSINESS PLAN> <INNOVATION> <PLANNING> <ESTRATEGIES> <RIOBAMBA (CANTON)>.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo radica en elaborar un Plan de Negocios de la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso” de la ciudad de Riobamba, provincia Chimborazo, periodo 2017-2020. Todas las cooperativas u organizaciones hoy en día necesitan aplicar a sus actividades cotidianas programas o proyectos que integren estrategias competitivas para el mejor desarrollo de la institución.

Durante este trabajo de investigación me ha permitido aplicar los conocimientos adquiridos durante todo el periodo académico con la aplicación de estrategias para resolver posibles problemas que se encuentren durante la investigación mediante los siguientes capítulos:

El capítulo I, abarca todo lo referente al problema investigativo, el cual se determina la formulación del problema, el respectivo planteamiento del mismo de esa manera se desarrolla la justificación del porque se determina la investigación, con sus respectivos objetivos tanto generales como específicos.

En el capítulo II, se determina el marco teórico, en el que se desarrolla el plan de negocios para la cooperativa de taxis “Señor Del Buen Suceso”, con los antecedentes investigativos, la fundamentación teórica donde se define la variable independiente y dependiente del tema investigativo, y la formulación de la idea a defender con sus respectivas variables.

En el capítulo III, se define la metodología con la que se elabora la investigación, utilizando las variables independiente y dependiente, la respectiva verificación de la idea a defender, mediante las encuestas establecidas a la población del cantón Riobamba obteniendo una población total de 124 807Según los resultados del censo poblacional del 2010 realizados por el INEC.

En el capítulo IV, se define el tema de la propuesta, con el que se pretende dar una solución al problema planteado, con el desarrollo del plan de negocios para la cooperativa de taxis “Señor Del Buen Suceso”, con el propósito de mejorar la situación

de la misma, en la cual contiene el plan de marketing, plan técnico, plan administrativo, el plan financiero y por ultimo las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La falta de estrategias en la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso” afecta de manera notoria debido a que no cuentan con personal capacitado en actividades administrativas, provoca la pérdida constante de clientes, lo cual no permite un crecimiento adecuado ya que ellos buscan medios de transporte que a más de sentirse cómodos le brinde confianza y seguridad.

El aumento de la competencia en la ciudad de Riobamba la prestación de este servicio ha crecido de manera considerable. Esto afecta en la parte financiera de la cooperativa por que las taxis ilegales suelen tener tarifas más bajas. Pero también debemos tomar en cuenta que no todos confían en los taxis piratas lo que nos da una ventaja ante la competencia ya que en muchos casos los usuarios de este medio han sido víctimas de secuestros, asaltos, esta situación perjudica gravemente a las personas que en realidad trabajan en este medio de transporte de manera honesta.

Según Magdiel Lachet (2013), una periodista española establece que el servicio de taxi a nivel mundial es un ente muy importante en la vida de las personas puesto que el servicio de transporte de puerta a puerta se remonta a unos cuantos siglos atrás. Algunos dicen que los primeros en contar con esta clase de vehículos fueron los griegos; otras, que los romanos.

El incremento de precios de insumos como el precio de los combustibles afecta de forma directa, ya que se deben aplicar otros sistemas como la instalación de cilindros de gas en las unidades de transporte. Lo que pone en peligro la vida de los usuarios si no también causan contaminación ambiental.

1.1.1 Planteamiento del problema

¿De qué forma el plan de negocios mejorará la gestión comercial, administrativa, financiera y social de la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso?” ¿De la ciudad de Riobamba, provincia Chimborazo, para el periodo 2017-2020?

1.1.2 Delimitación del problema

Ubicación. Se realizará en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, Atenas 0 Y Londres Mz Q Casa 9 Cdla Politécnica – Atenas.

Campo. Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso”.

Espacio. Periodo 2017-2020

Tiempo. 4 años

Tema. Plan de negocios de la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso” de la ciudad de Riobamba, provincia Chimborazo, periodo 2017-2020.

1.2 JUSTIFICACIÓN

En la utilidad práctica esta propuesta trata de dar soluciones a la problemática que existe en el desarrollo empresarial dentro de la compañía de taxis en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo, puesto que requiere un plan de negocio como un proceso continuo y sistemático, la puesta en marcha de este plan permitirá mejorar el nivel de vida de los trabajadores de la compañía.

Las personas que se beneficiarán en primera instancia serán los socios de la compañía de taxis, porque se realiza un plan de negocio que le permitirá que su empresa este consolidada, en segundo lugar, la sociedad ya que el cliente va tener un servicio de buena calidad y comodidad en la que sus clientes se sientan beneficiados por el servicio que ofrece la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso”.

En la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso” no existe ningún estudio formal para la cooperativa, la implementación de un Plan de Negocios ayudara al gerente y a sus colaboradores en la toma de decisiones acertadas y aplicar las debidas acciones correctivas donde sean necesarios, de esa manera ser más eficientes en la prestación de servicios.

En el aspecto metodológico, la investigación tiene gran importancia porque permitirá conocer la situación en la que se encuentra la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso” en cuanto a la eficiencia en las diferentes actividades, para determinar sus amenazas, fortalezas, debilidades y oportunidades que tiene para sobresalir en el mercado.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo general

Elaborar un Plan de Negocios para la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso” de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, periodo 2017-2020.

1.3.2 Objetivos específicos

- Identificar la fundamentación técnica y conceptual que involucra el diseño de un plan de negocios para el sector cooperativo de la economía social.
- Realizar un diagnóstico de la situación actual de la Cooperativa e identificar factores internos y externos.
- Desarrollar la propuesta del plan de negocios entorno a los objetivos organizacionales y el sistema económico.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

2.1.1 Investigaciones previas sobre plan de negocios

De acuerdo con la investigación realizada en la tesis publicada en el año 2014 por Estefanía de las Mercedes Vinueza Oñate con el tema “INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA EL CENTRO DE CAPACITACIÓN OCUPACIONAL PARTICULAR “CANADIAN SCHOOL” DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, EN EL PERIODO 2012-2013”, se concluye que. “En todos los procesos secuenciales que se ha realizado en el plan de negocios se ha logrado mantener un espíritu acorde a la realidad, de ahí que hecho el plan operativo técnico se ajusta a parámetros adecuados dentro del tamaño del mercado, la disponibilidad de recursos y capital son adecuados, una localización estratégica, un proceso funcional para producir el servicio y una distribución de ambientes acordes a las necesidades actuales; dentro del plan administrativo se manejan con un orgánico estructural y funcional ajustado a la realidad y finalmente en lo económico financiero con las proyecciones hechas muestra su viabilidad para poder incrementar el número de estudiante en un 25%”.

La tesis publicada en el año 2015 por Brian Joseph Montenegro Cáceres, con el tema “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA BCS ÔKO GARANTIE CÌA. LTDA. UBICADA EN EL CANTÒN CHAMBO PROVINCIA CHIMBORAZO”, concluyen que,” Mediante el Plan de Negocios se ha podido determinar la situación actual en que se encuentra BSC ÔKO GARANTE CÌA. LTDA, se realizó un mapa de procesos claves y de soporte la cual permitió el desarrollo de la misión, funciones y responsabilidades globales de los procesos que realiza la empresa al momento de iniciar un procedimiento de inspección hasta la entrega de los certificados orgánicos.

Esto nos manifiesta que el aplicar un plan de negocios para la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso” será de mucha ayuda porque permitirá a la empresa a tener una visión clara y poder solucionar posibles problemas que se presente.

2.1.2 Antecedentes históricos

La Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso”, fundada en el año de 1984 con la finalidad de ocupar sitios de liderazgo en el Sector de transportes, a ser generadora de bienestar y calidad de vida de sus Asociados y sus entornos, con aprovechamiento de los desarrollos administrativo y tecnológico del sector, y a proyectar y diversificar sus servicios con pertinencia social y visión de país.

La Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso”, nace para satisfacer necesidades de toda la población Riobambeña ya que es una de las cooperativas con 33 años de trayectoria.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 Plan de negocios

2.2.1.1 Plan

Es la descripción de las intenciones amplias y a corto plazo, en cuanto a lo que se requiere para recuperar de un área específica. Las estrategias y políticas, procedimientos, métodos y presupuestos son ejemplo de planes que ayude a alcanzar los objetivos (Koontz, H, 2014).

2.2.1.2 Negocios

Se define según el producto, la función y el portafolio de capacidad básicas. La definición del negocio según su producto es la que se ha utilizado con más frecuencia.

2.2.1.3 Plan de Negocios

Un Plan de Negocios consiste básicamente en un documento detallado y ordenado que se puede relacionar como un mapa, donde se describe la trayectoria operacional y financiera de una empresa con tres perspectivas, el pasado como una introducción, el

presente como el contexto, es decir la situación actual de la organización, y por último el futuro como una proyección de objetivos y metas (Catalina, O. 2013).

El plan de negocios debe de transmitir a todos los agentes que se involucran o pretenden vincularse al negocio durante un período venidero entre 3 a 5 años, los pasos que hay que seguir para lograr esos propósitos y la rentabilidad que se espera alcanzar con el negocio (Centro de exportaciones e inversiones, 2010).

1. ¿Por qué es importante hacer un plan de negocio?

Si una empresa quiere crecer, debe ponerse en el lugar del cliente futuro y adoptar su forma de pensar, de sentir y de ver el mundo, algo que no es fácil. Asimismo, debe contemplar variables incontrolables del mercado que puedan transformar un escenario comercial de un momento a otro. Es importante estudiar dichas variables para entenderlas y adaptarse a sus cambios.

El plan de mercado es importante porque le permite a la empresa cumplir ambos cometidos, es decir, conocer mejor al cliente y a su entorno comercial. Para elaborarlo, se deben dar tres pasos: hacer un análisis del mercado y de la competencia, seleccionar el mercado “objetivo” y diseñar la estrategia de mercado (Díaz, Granados, 2010).

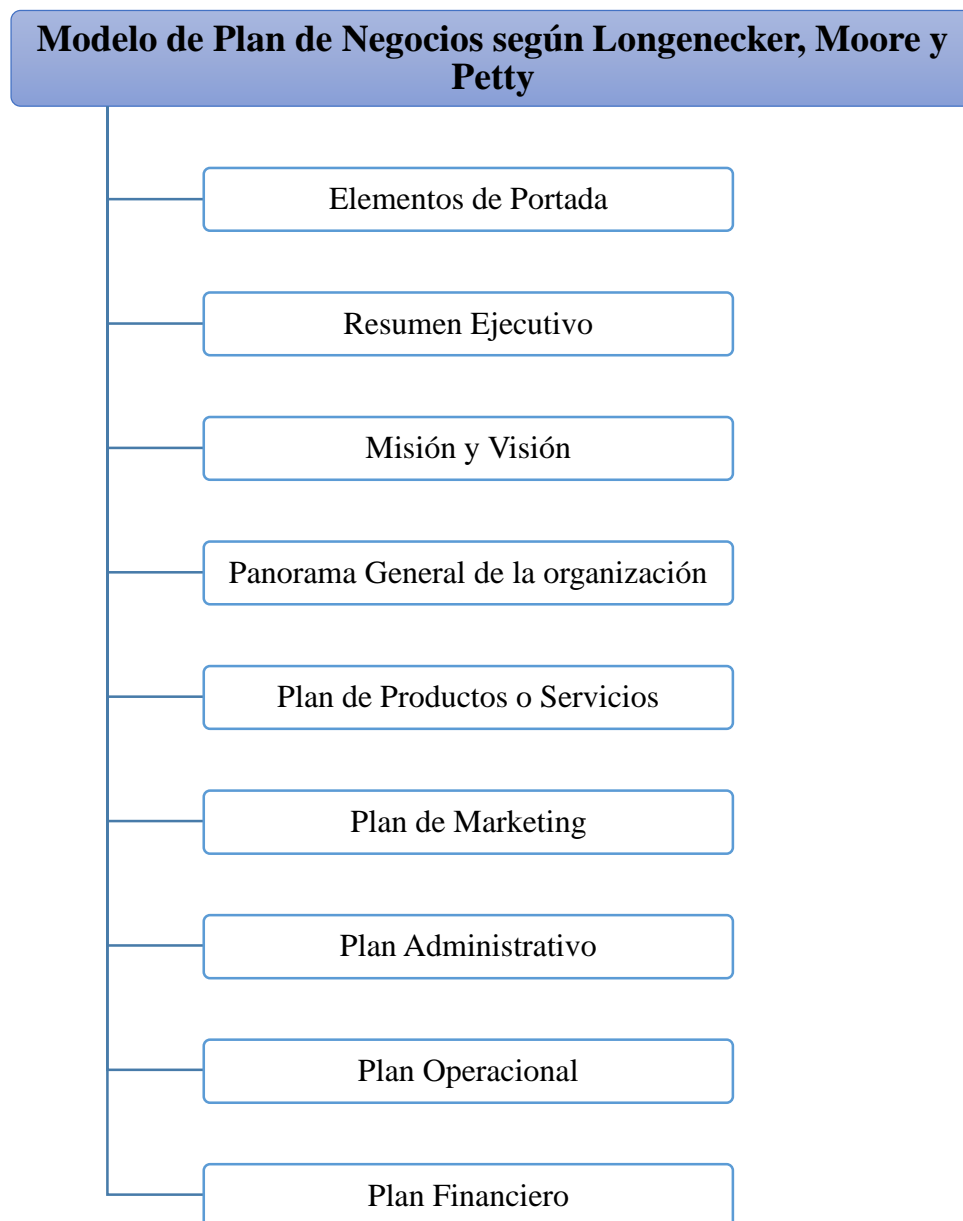
2. Características que debe tener un plan de negocios

Si como empresario o administrador de una pyme quiere que su plan de negocios tenga alguna posibilidad de convertirse en realidad, debe procurar que éste tenga las siguientes características:

- Debe ser realista.
- Debe ser medible.
- Deben establecerse metas a corto y medio plazo, establecidas como especie de etapas que puedan ser evaluadas.
- Los resultados esperados deben ser claros, no basta con decir que quiere aumentar la participación de mercado, debe establecer cuál es el porcentaje de participación que pretende alcanzar en ese período de tiempo.

- Los objetivos no son algo que se escribe para presentar al banco, o al ente que financia, los objetivos son un planteamiento sobre lo que quiere para la empresa, y por tanto deben incluirse los programas y acciones necesarias para el logro de los mismos.
- Los resultados se evalúan, para de esta forma retroalimentar e iniciar el proceso administrativo nuevamente.

Gráfico 1: Modelo de Plan de Negocios propuesto por Longenecker, Moore y Petty



Fuente: Modelo de plan de negocios según Longenecker (2007)

Elaborado por: Adriana Quinata

2.2.1.4 Modelo de Plan de Negocios según Longenecker, Moore y Petty

1. Elementos de la portada

La portada es la primera página del plan de negocio y debe contener la siguiente información:

- ✓ Nombre, domicilio, número telefónico, fax y sitio web de la empresa.
- ✓ Logotipo de la empresa si está disponible
- ✓ Nombres, puestos, direcciones y números telefónicos de los propietarios y ejecutivos claves.
- ✓ Fecha en que se emitió el plan de negocio.
- ✓ Número del ejemplar (para mantener el control de los ejemplares en circulación)
- ✓ Número del que se lo prepara, si es distinto de los propietarios y ejecutivos claves.

2. Resumen Ejecutivo

El resumen ejecutivo es fundamental para captar la atención del inversionista de un minute. Debe transmitir un esquema general y conciso de la propuesta de negocio y, a la vez provocar emoción respecto de sus posibilidades. Esto significa que debe redactar, para conseguir claridad y crear interés. Aunque el resumen ejecutivo se ubica al inicio del plan de negocio, ofrece un panorama de todo el plan y debe redactarse al final.

3. Misión y visión

En la declaración de misión se describe de manera concisa la estrategia que se pretende utilizar y la filosofía de negocio para convertir el sueño del emprendedor en una realidad. La visión de la organización se define como la capacidad de imaginar nuevas y mejores condiciones, así como los medios para alcanzarlas.

4. Panorama general del negocio

En esta sección se informa al lector del tipo de negocio que se propone, los objetivos de la organización, donde se localiza y si atenderá a un mercado local o internacional.

5. Plan de producto o servicio

En esta sección se explica aquellos productos o servicios que se ofrecerán a los clientes de la empresa.

6. Plan de marketing

Es imprescindible realizar un estudio del sector en el que la empresa se va a mover para puntualizar una estrategia de lanzamiento que le permita conseguir suficiente cuota de mercado, es decir, los clientes necesarios para rentabilizar el trabajo. Además, habrá que pensar una estrategia comercial o plan de marketing diferente de la utilizada por los demás. Tiene que existir algo (publicidad, precios, atención a los clientes...) que distinga a nuestra empresa de otras del sector y la haga más atractiva para compradores o usuarios.

El marketing es una actividad fundamental del negocio dirigida hacia el cumplimiento eficaz de las necesidades del consumidor potencial.

La satisfacción de estos deseos debe configurar la estrategia principal del negocio ya que es el cliente quien finalmente paga por nuestros productos (Bilboko. Ayto, 2011)

7. Plan administrativo

Describe la estructura organizacional de la empresa y los antecedentes de sus administradores principales, así como la descripción de los puestos. Para poder conocer el desempeño que estos tendrán dentro de la organización y la calidad con la que desarrollan las actividades en base a los resultados.

Según Longenecker, Moore (2007) el plan de administración es la sección de negocios que describe la estructura organizacional de una nueva empresa y de los antecedentes de sus jugadores principales.

9. Plan de operaciones

El plan de operaciones informa sobre la manera en que se fabricará el producto o se proveerá el servicio, incluyendo descripciones de las instalaciones de la empresa, mano de obra, materias primas y requisitos de procesamiento.

La ubicación donde se instalará la empresa se considera importante ya que cuando se inicia un negocio se debe de considera la mejor localización para que este tenga una mejor estrategia para lograr llegar a su mercado meta. Según Longenecker, Moore, (2007) nos muestra seis factores claves que faciliten la investigación para una buena ubicación.

- Facilidad de acceso al cliente.
- Condiciones ambientales del negocio.
- Disponibilidad de recursos.
- Preferencia personal para el empresario
- Disponibilidad de costo y sitio

10. Plan Financiero

Según Diaz, Granados, S., (2010). El plan financiero es un instrumento para gestionar el desempeño financiero de una empresa o proyecto.

Un plan financiero sirve para:

- ✓ Identificar los requerimientos de capital de una empresa o proyecto,
- ✓ Definir la mejor estructura de capital (financiamiento a través de deuda o de patrimonio),
- ✓ Determinar la rentabilidad de un proyecto de inversión y
- ✓ Monitorear el desempeño financiero de la empresa o proyecto, a través del seguimiento de indicadores de rentabilidad, liquidez, etc.

2.2.1.6 Las 5 fuerzas de Michael Porter

Michael Porter, profesor de Harvard Business School, en uno de sus ilustrados libros titulado "Estrategia Competitiva" nos habla sobre el modelo de las cinco fuerzas el cual nos enseña que una empresa está rodeada de cinco factores fundamentales dentro de una industria y hay que aprender a controlarlos muy bien para sobrevivir en el mercado y tomar buenas decisiones, de tal manera que nos lleven al éxito tomando en cuenta altas tasas de rentabilidad.

Porter nos dice que en la industria existen dos tipos de competencia, la positiva y la destructiva, la primera es cuando un competidor busca diferenciarse del resto en vez de acaparar todo el mercado y la otra es justamente todo lo contrario pues todas las empresas ofrecen lo mismo. Lo siguiente que nos enseña Porter es a elaborar estrategias y aplicarlas correctamente para tener éxito y derrotar a la competencia y sobretodo posicionarnos sólidamente dentro de la industria.

A continuación, explicaremos detalladamente las cinco fuerzas de las Ventajas Competitivas de Michael Porter.

Amenaza de la entrada de los nuevos competidores. Es una de las fuerzas más famosas y que se usa en la industria para detectar empresas con las mismas características económicas o con productos similares en el mercado.

Este tipo de amenazas pueden depender de las barreras de entrada. Hay 6 tipos de barreras diferentes: la economía de escalas, la diferenciación, el requerimiento de capital, el acceso a canales de distribución o las ventajas de los costos independientes.

Poder de negociación de los proveedores. Proporciona a los proveedores de la empresa, las herramientas necesarias para poder alcanzar un objetivo.

Poder de negociación de los compradores. En este punto se tienen problemas cuando los clientes cuentan con un producto que tiene varios sustitutos en el mercado o que puede llegar a tener un costo más alto que otros productos si tu producto llega a tener un costo más alto que otros similares en el mercado. Si los compradores están bien

organizados, esto hace que sus exigencias sean cada vez más altas y que exijan incluso una reducción de precios notable.

Amenaza en tus ingresos por productos sustitutos. En este punto, una empresa comienza a tener serios problemas cuando los sustitutos de los productos comienzan a ser reales, eficaces y más baratos que el que vende la empresa inicial. Esto hace que dicha empresa tenga que bajar su precio, lo que lleva una reducción de ingresos en la empresa.

Rivalidad entre competidores. En este punto se puede competir directamente con otras empresas de la industria que te dan el mismo producto.

Esta rivalidad da como resultado:

- Que existan una cantidad de competidores más grande y que todos estén equilibrados.
- Que el crecimiento de la industria sea mucho más lento.
- Que los costos y el almacenamiento sean más elevados.
- Que el producto no llegue a los clientes o no pueda diferenciar realmente su utilidad.
- Que se tengan que buscar nuevas estrategias con costes mucho más elevados.
- Que el mercado se sature.
- Que existan competidores muy diversos.

La rivalidad se caracteriza por que los competidores están enfrentados y que ambos usen grandes estrategias de negocios. Además, por la intensidad de la empresa para llevar a cabo sus proyectos y la forma en la que emplea su imaginación por poder superar lo que hagan las demás empresas a su alrededor, destacando con sus productos por encima de las demás.

Una empresa que destaca, a su vez, presiona a las empresas que están a su alrededor, por lo que siempre existirá una rivalidad latente entre las empresas de un mismo sector. (villalobos, 2012)

2.2.1.7 Estrategias genéricas de Michael Porter

Las estrategias genéricas de Michael Porter son un conjunto de estrategias competitivas (estrategias que buscan el desarrollo general de una empresa), propuestas por el profesor e investigador Michael Porter.

Estas estrategias buscan especialmente obtener una ventaja competitiva para la empresa, ya sea a través de un liderazgo en costos, una diferenciación o un enfoque.

A continuación, un resumen de cada una de estas estrategias:

Liderazgo total en costos

Consiste en lograr el liderazgo total en costos en un sector industrial mediante un conjunto de políticas orientadas a este objetivo básico. El liderazgo en costos requiere de la construcción agresiva de instalaciones capaces de producir grandes volúmenes en forma eficiente, de vigoroso empeño en la reducción de costos basados en la experiencia, de rígidos controles de costo y de los gastos indirectos.

Teniendo una posición de costos bajos se logra que la empresa obtenga rendimientos mayores al promedio en un sector industrial. Una posición de bajos costos defiende a la empresa tanto como de los compradores poderosos como de los proveedores, dando más flexibilidad para enfrentarse a los aumentos de costos de los insumos. Por último, una posición de costo bajo por lo general coloca a la empresa en una posición favorable con relación a sus competidores en el sector industrial frente a los posibles sustitutos.

Alcanzar una posición general de bajo costo suele requerir:

- una elevada participación en el mercado u otras ventajas;
- el diseño de los productos para facilitar su fabricación;
- la inversión de un fuerte capital inicial en equipo de primera categoría;
- precios agresivos y;
- pérdidas iniciales para lograr la participación en el mercado.

Diferenciación

La segunda estrategia genérica consiste en la diferenciación del producto o servicio que ofrece la empresa, creando algo que sea percibido en el mercado como único. Los métodos para la diferenciación pueden tomar muchas formas: diseño o imagen de marca, en tecnología, en servicio al cliente, o en otras dimensiones.

La diferenciación, si se logra, es una estrategia viable para devengar rendimientos mayores al promedio de un sector industrial, que crea una posición defendible para enfrentarse a las cinco fuerzas competitivas, aunque en una forma distinta a la del liderazgo en costos.

Enfoque o alta segmentación

La última estrategia genérica consiste en enfocarse sobre un grupo de compradores en particular, en un segmento de la línea del producto, o en un mercado geográfico; igual que la diferenciación, el enfoque puede tomar varias formas. Toda la estrategia del enfoque está construida para servir muy bien a un objetivo en particular, y cada política funcional está formulada teniendo esto en mente.

La empresa que logra una alta segmentación también está en condiciones de alcanzar rendimientos mayores al promedio para su sector industrial. Su enfoque significa que, o bien, tiene una posición de costo bajo con su objetivo estratégico, o la alta diferenciación, o ambas. El enfoque también puede utilizarse para seleccionar objetivos menos vulnerables a los posibles sustitutos, o cuando los competidores son los más débiles. (Jauregui, 2016)

2.2.2 Marco legal

2.2.2.1 Constitución política del ecuador

Artículo. 1.- CONSTITUCIÓN: Se constituye la Cooperativa de Transporte que se registrará por la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, su Reglamento General, las Resoluciones de la Superintendencia,

del ente regulador, el presente Estatuto, los Reglamentos Internos y demás normas jurídicas que le fueren aplicables, en razón de su actividad.

Artículo 2.- DOMICILIO, RESPONSABILIDAD, DURACIÓN: El domicilio principal de la Cooperativa es el Cantón y, cuando su actividad así lo demande, previa autorización de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, la cooperativa podrá abrir oficinas operativas en cualquier parte del territorio nacional.

La cooperativa será de responsabilidad limitada a su capital social; la responsabilidad personal de sus socios estará limitada al capital que aporten a la entidad.

La cooperativa será de duración indefinida, sin embargo, podrá disolverse y liquidarse de conformidad a la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario.

Artículo 3.- OBJETO SOCIAL: La Cooperativa tendrá como objeto social principal, la prestación del servicio de transporte en la modalidad de, con eficiencia y responsabilidad, con la conducción de choferes profesionales, en vehículos tipo, de conformidad con la autorización conferida por la Autoridad de Transporte y Tránsito competente, a cambio de una contraprestación económica o tarifa que permita el sustento diario de los socios y sus familias en busca de su desarrollo social y económico.

Artículo 4.- ACTIVIDADES: Para el cabal cumplimiento de su objeto social principal, la cooperativa podrá efectuar las siguientes actividades:

- Adquirir, administrar, arrendar, enajenar, importar y exportar, toda clase de bienes muebles, inmuebles y vehículos;
- Fomentar el desarrollo cultural, social y moral de sus socios organizando eventos educativos, sociales, culturales y deportivos, y gestionando becas para su capacitación;
- Brindar asesoramiento y asistencia técnica a sus socios, procurando la unificación de la marca de los vehículos de sus socios;

- Crear por si misma o contratar de preferencia con entidades del sistema cooperativo o societario, nacional y/o extranjeras, líneas de crédito y seguros sobre bienes y personas;
- Crear la unidad de capacitación, perfeccionamiento y especialización profesional para beneficio de los socios y sus familias, en temas como el mejoramiento en la prestación del servicio de transportes, la Ley de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial; la Ley de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, sus reglamentos, ordenanzas municipales y resoluciones de los Organismos nacionales y locales de planificación, regulación y control de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, régimen de seguros y reclamaciones; solidaridad y ayuda mutua, promoción turística, mercadeo y otros que propendan a la realización personal de cada uno de sus miembros;
- Promover y cuidar el medio ambiente mediante la utilización preferente de combustibles alternativos que sean ecológicos, limpios, seguros y económicos;
- Promover las relaciones con organismos cooperativos y gremiales de la transportación nacionales e internacionales, tendientes a fortalecer el movimiento cooperativo;
- Adquirir, construir, arrendar o administrar estaciones de servicio, lubricadoras, vulcanizadoras, comisariatos de repuestos de vehículos, accesorios, neumáticos, lubricantes y más artículos que fueren menester para el perfecto funcionamiento de los vehículos de propiedad de los socios de la cooperativa;

Artículo 5.- PRINCIPIOS: Además de los principios establecidos en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario y las prácticas de buen gobierno cooperativo que constarán en el Reglamento Interno, la cooperativa cumplirá con los siguientes principios:

- Membresía abierta y voluntaria;
- Control democrático de los miembros;
- Participación económica de los miembros;
- Autonomía e independencia;
- Educación, formación e información;
- Cooperación entre cooperativas;

- Compromiso con la comunidad. (LOEPS, 2011)

2.2.3 Marco conceptual

Competencia

La competencia es considerada como aquella empresa o proyecto que producen bienes y/o servicios (productos) similares a los que quieren poner en el mercado (Chiriboga L, 2009).

Demanda

Cantidad de un bien que está dispuesto a comprar una persona natural o jurídica o varias (Samuelson, Paul & Nordhaus, William, 2009).

Plan

Es un documento técnico que constituye un instrumento de la planificación de carácter orientador en el que se precisan los grandes objetivos y metas a obtener, así como las acciones para su ejecución.

Negocio

Según el diccionario de la Lengua Española define negocio como “Ocupación, quehacer o trabajo”.

Proyección

Es el accionar hacia los resultados en base a una imagen que se desea tener en un futuro en relación con un plan para lograr un objetivo.

Desarrollo

Es la capacidad de las organizaciones en base a sus necesidades y condiciones pueden generar sus riquezas en un período determinado en función de objetivos y metas planteadas.

Estrategias

Su competencia podrá implantar mejoras en su calidad y eficiencia, pero no será capaz de copiar su estrategia de posicionamiento, la cual debe constituirse en el elemento diferenciador de su compañía frente a las demás. (Porter, M. 2011)

Son todas aquellas cosas que se deben realizar para vencer dificultades de carácter político, social o económico. (Davalos, N. 2010)

Inversiones

La inversión es el capital que se requiere para el funcionamiento del proyecto, la misma puede ser: Inversión Fija, diferida o inversión en capital de trabajo.

Planeación

Selección de misiones, objetivos, estrategias, políticas, programas y procedimientos para lograrlos.

Presupuesto

Plan a desarrollar en términos económicos o monetarios, determinando el origen y la asignación de recursos para lograr objetivos, en un periodo determinado.

Tasa interna de retorno

Tasa de rendimiento que una empresa espera obtener en un proyecto. (Longenecker, Moore, Petty , & Palich, 2009)

La tasa interna de retorno (TIR) es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones. También se conoce como la tasa de flujo de efectivo descontado de retorno. En el contexto de ahorro y préstamos a la TIR también se le conoce como la tasa de interés efectiva. El término interno se refiere al hecho de que su cálculo no incorpora factores externos (por ejemplo, la tasa de interés o la inflación). (MORA, A. 2014)

Valor actual neto o valor presente neto

Valor presente de los flujos de efectivo futuros esperado menos el desembolso inicial de la inversión. Mientras que la Técnica de flujos de efectivos descontados es la elaboración del presupuesto de capital que compara el valor presente de los flujos de efectivo esperados con el costo inicial de la inversión inicial.

El Valor Actual Neto (VAN) consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión y calcular su diferencia. Para ello trae todos los flujos de caja al momento presente descontándolos a un tipo de interés determinado. El VAN va a expresar una medida de rentabilidad del proyecto en términos absolutos netos, es decir, en n° de unidades monetarias.

Relación beneficio costo

Es la relación entre todos los ingresos de efectivo actualizado del proyecto dividido para los egresos, de efectivo actualizados incluyendo la inversión

Periodo de recuperación de capital

Es la técnica de elaboración del presupuesto del capital que mide la cantidad de tiempo necesaria para recuperar el desembolso en efectivo de una inversión.

2.3 IDEA A DEFENDER

A través de la implementación del Plan de negocios para la Cooperativa de Taxis “Señor del Buen Suceso”, se logrará mejorar la gestión administrativa, financiera, comercial y social.

2.4 VARIABLES

2.4.1 Variable Independiente

Plan de Negocios

2.4.2 Variable Dependiente

Mejorar la gestión administrativa, financiera, comercial y social de Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso”.

CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La modalidad de estudio en la elaboración del plan de negocios será cualitativa y cuantitativa. La investigación cualitativa se utilizará para describir los hechos de la problemática encontrada en la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen suceso” y cuantitativa porque se realice la recolección de datos y tabulación de los mismos para interpretar, analizar las actitudes y preferencias de los socios de esta Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso”.

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

La investigación está orientada según varios tipos de investigación que pueden son:

1. De campo
2. Bibliográfica-Documental
3. Descriptiva

1. Investigación de campo

Es la investigación para interpretar y solucionar alguna situación, problema o necesidad en un momento determinado, porque se utilizará en el lugar de los hechos, es decir en la Cooperativa de la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso”, de la Ciudad de Riobamba, Provincia Chimborazo.

2. Investigación Bibliográfica-documental

Por cuanto se utilizará libros, folletos, revistas y manuales de la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso”, para resolver el problema que atraviesa la institución.

3. Aplicada

Se realizará las encuestas a los posibles socios y clientes de la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso”, que permita obtener información exclusiva y oportuna para el desarrollo de la investigación.

4. Investigación Descriptiva

Se realizará análisis e interpretación correcta de los datos obtenidos durante la investigación.

3.3 . POBLACIÓN Y MUESTRA

1. Población

Partiendo de esta segmentación se determina que nuestra población de estudio para el cálculo de la muestra corresponde a la población total de la ciudad de Riobamba.

2. Muestra

Es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuaran la medición y la observación de variable objeto de estudio.

1. POBLACION DE LA INVESTIGACION

Tabla 1: Población

Socios = 98 socios
Población = 124807

Fuente: NEC censo poblacional 2010.

Elaborado por: Adriana Quinata

$$\frac{Z^2 p x q x N}{(N e^2) + Z^2 p x q}$$

Dónde:

$n = ?$

$e = 10\% = 0.1$

$Z = 1.65$ (tabla de distribución normal para el 90% de confiabilidad y 10% error)

$N = 124807$ Población

$p = 0.50$

$q = 0.50$

$$n = \frac{(1.65)^2 (0.5) (0.5) (124807)}{(124807) (0.1)^2 + (1.65)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{(2.7225) (0.25) (124807)}{(1248.07) + (0.680625)}$$

$$n = \frac{84946.76}{1248.75}$$

$$n = 68 \text{ Encuestas}$$

3.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.4.1 Métodos

Inductivo.

Analizar cada uno de los campos de la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso”.

Analítico.

Con este método se realizará el diagnóstico económico de la institución basados en datos financieros para determinar la situación actual como base para implementar estrategias alternativas de solución al problema del estudio.

3.4.2 Técnicas

Para llevar a cabo el estudio se estima aplicar las siguientes técnicas:

Entrevista.

Se realizará al gerente general de la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso” que nos proporcionó la información necesaria.

Encuesta.

Se aplicará a los socios y clientes de la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso” que nos proporcionaron la información necesaria que será tabulada, analizada y graficada.

3.4.3 Instrumento

Cuestionario.

La herramienta que se empleará es el cuestionario por ser lo más adecuado para la recopilación de información descriptiva, esto se realizará a través de las siguientes fases:

- Definición de la población a estudiar o universo de estudio
- Determinar la unidad de muestra
- Especificar el marco muestral es decir las personas que van a formar parte de la población o universo de estudio.
- Determinar el tamaño de la muestra que tiene que ser representativa.
- Diseñar y preparar el cuestionario. En esta fase habrá que determinar el contenido y formato del cuestionario.

Guía de entrevista.

Es una ayuda de memoria para el entrevistador, tanto en el sentido temático (ayuda a recordar los temas de la entrevista) como en lo conceptual (presenta los tópicos de la entrevista en un lenguaje cotidiano, propio de las personas entrevistadas).

Fichas.

Se utilizará para tomar apuntes de la información relevante de las observaciones.

3.5 RESULTADOS

3.5.1 Análisis de resultados de la Encuesta

En la presente descripción se puntualiza el desarrollo de la investigación por lo cual se obtuvo un total de 98 socios que conforman la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso”. Además, se realizó las encuestas a los clientes para lo cual se tomó una muestra de 68 encuestas.

Este trabajo se efectuó con el fin de obtener información de la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso” misma que nos servirá para encontrar debilidades, mismos que podrán ser corregidos y mejorados al momento de elaborar la propuesta.

La entrevista se desarrolló con la colaboración de los miembros que representan la directiva con el fin de obtener información de la Cooperativa de Taxis “Señor del Buen Suceso”. Las encuestas se ejecutaron a todos los socios y clientes que conforman la cooperativa con el fin de hacer un diagnóstico, para conocer su situación actual y los principales problemas que le aquejan.

Las encuestas aplicadas a los clientes en el cual se obtuvo información importante para posteriores estudios misma que ayudará para tener una percepción en cuanto a la imagen que y la demanda que tiene la cooperativa.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de las encuestas y la entrevista:

3.5.2 Análisis entrevista al Gerente General

Tabla 2: Ficha de gerente general

FICHA TECNICA	
Nombre	Jaime Pilco
Edad	55 años
Formación académica	Bachiller
Experiencia	-presidente de la Cooperativa SBB -Gerente de la Cooperativa de SBB año 2010

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Adriana Quinata

Tabla 3: Resultados entrevista gerente general

PREGUNTAS	RESPUESTAS
1. ¿Cuáles son los aspectos positivos internos y externos que posee la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso”	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura adecuada. • Directivos comprometidos. • Alianzas estratégicas con Cooperativas de transporte. • Socios fieles • Comunicación Fluida
2. ¿Cuáles son los aspectos negativos internos y externos que posee la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso”	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de publicidad. • Insuficiente capital • La competencia. • Apertura de cupos para nuevos socios en las cooperativas. • Aumento de unidades
3. ¿Existe manual de procedimientos en la Cooperativa?	Si existe y si se aplica.
4. ¿La Cooperativa cuenta con personal calificado para brindar servicio de	Sí. Nuestro personal es competitivo

calidad?	
5. ¿Cuáles son las políticas institucionales?	<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar el desarrollo de la localidad. • Capacitar permanentemente a los socios para brindar una atención de calidad. • Mantener los más altos estándares de calidad en la prestación de servicios.
6. ¿Cuáles son los servicios que tienen mayor aceptación por los clientes y que han permitido crecer a la Cooperativa?	El servicio que más aceptación tienen los clientes son la entrega a domicilio las encomiendas a tiempo justo.
7. ¿Qué diferenciación ofrece en el servicio, respecto a la competencia?	El servicio de calidad y confort, también la entrega de encomiendas.
8. ¿Cómo se proyecta la Cooperativa de Taxis Señor Del Buen Suceso?	Nuestra proyección en 5 años es incrementar nuestro capital y cumplir con todos los estándares de calidad, brindar /servicios de acuerdo con el requerimiento del cliente.
9. ¿De qué manera promociona los servicios de la Cooperativa?	Nuestra promoción es tener clientes satisfechos con nuestros servicios, ya que un socio satisfecho puede transmitir y promocionar a otras personas que no son clientes.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Adriana Quinata

Análisis e interpretación:

En la entrevista realizada al gerente de la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso” se ha determinado los siguientes aspectos importantes:

- La cooperativa cuenta con infraestructura adecuado para realizar sus funciones, y cuentan con infraestructura propia, existe manual de procedimientos y funciones nos mismos que si se aplican, la comunicación entre gerente y socios es adecuada y oportuna, los socios están comprometidos con la Cooperativa.
- En cuanto a los aspectos negativos para la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso”, existe aumento de unidades en las diferentes cooperativas, por otro lado, la

cooperativa no cuenta con suficiente capital, también cada año abren cupos en todas las cooperativas de taxis en la ciudad de Riobamba.

- La cooperativa está comprometida con sus clientes y socios a fomentar el desarrollo de la localidad con la prestación de servicios de calidad.
- Los servicios más demandados por los clientes son las encomiendas a domicilio.
- Nuestra proyección es incrementar el capital y diversificar nuestros servicios de acuerdo con los requerimientos de los socios.
- La manera de promocionar nuestros servicios es a través de nuestros clientes, ya que socios satisfechos con nuestros servicios pueden transmitir a otras personas su agradable experiencia con nuestra Cooperativa.

3.5.3 Análisis de las encuestas

Pregunta 1: ¿Cuántos años es socio de la Cooperativa de Taxi “Señor Del Buen Suceso”?

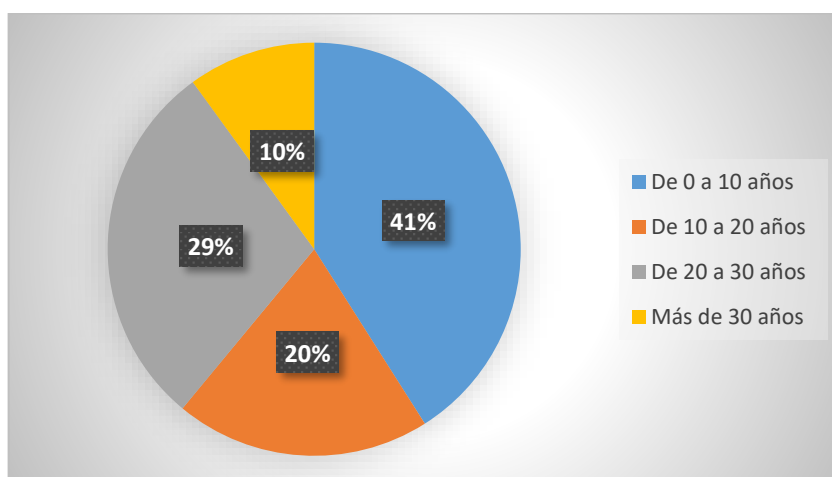
Tabla 4: Socio de la Cooperativa

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
De 0 a 10 años	40	41%
De 10 a 20 años	20	20%
De 20 a 30 años	28	29%
Más de 30 años	10	10%
Total	98	100,00%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Gráfico 2: Socio de la Cooperativa



Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados, el 41% son socios de la cooperativa de 0 a 10, 20% de 10 a 20 años, el 29% de 20 a 30 años. Se obtiene que, la mayor parte de trabajadores que prestan los servicios en la empresa son relativamente nuevos, ya que trabajan menos de 10 años.

Pregunta 2: ¿Conoce usted la importancia de su trabajo para el mejoramiento de los servicios que presta la Cooperativa de Taxi “Señor Del Buen Suceso”?

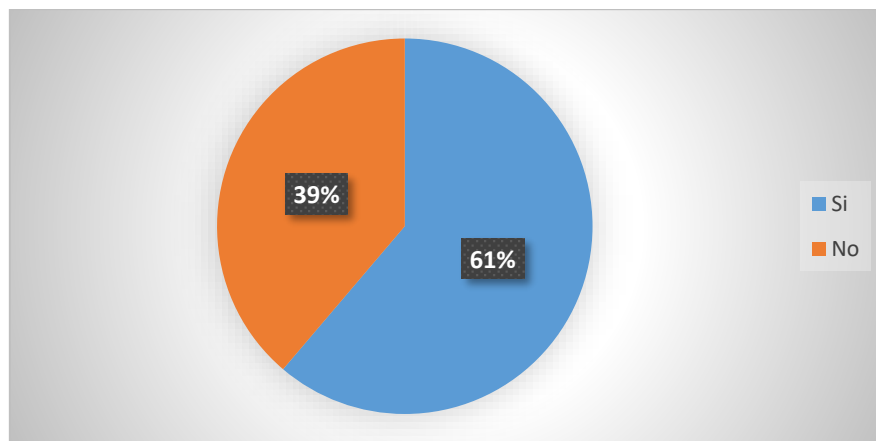
Tabla 5: Importancia del trabajo

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	60	61%
No	38	39%
Total	98	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Gráfico 3: Importancia del trabajo



Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Análisis e interpretación

Podemos manifestar que el 61% conoce la importancia del trabajo para el mejoramiento de servicios, el 39% de los socios de la cooperativa no tienen bien claro. Podemos decir que los socios están comprometidos en brindar servicio de calidad y un trato adecuado a sus clientes.

Pregunta 3: ¿La Cooperativa realiza capacitación a los choferes que laboran?

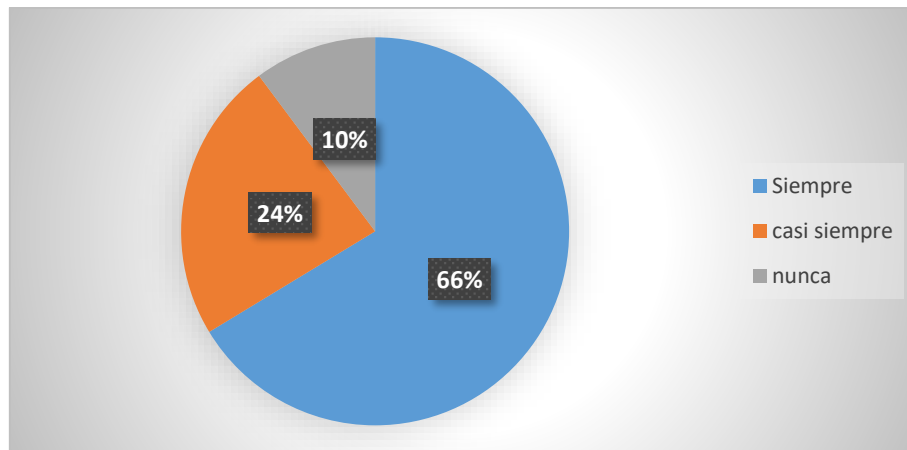
Tabla 6: Capacitación a los choferes

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	65	66%
casi siempre	23	24%
nunca	10	10%
total	98	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Gráfico 4: Importancia del trabajo



Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Análisis e interpretación

El 66% de los encuestados manifiestan q se realizan siempre las capacitaciones, el 24% señala que no se realizan y el 10% señalan que no se realizan. Esto refleja que si llevan a cabo las capacitaciones del recurso humano ya que es la respuesta a la necesidad que tiene la Cooperativa de contar con un personal calificado.

Pregunta 4: ¿Recibe algún tipo de incentivo por el trabajo realizado a parte de su remuneración y beneficios de ley?

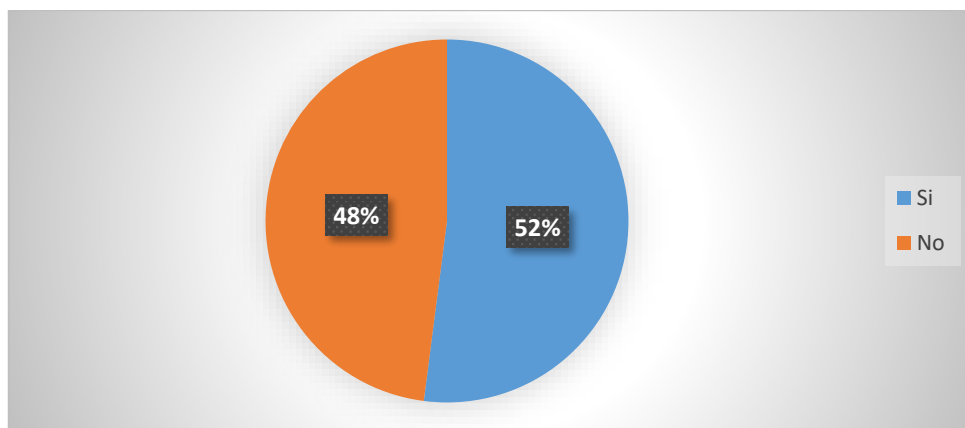
Tabla 7: Incentivo por su trabajo

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	51	52%
No	47	48%
Total	98	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Gráfico 5: Incentivos



Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Análisis e interpretación

El 52% de los socios señalan que reciben incentivos por parte de la Cooperativa y el 48% de los socios manifiestan que no. Esto nos refleja que la Cooperativa realiza reconocimiento a los socios que cumplen con todo lo establecido en el reglamento.

Pregunta 5: ¿En la Cooperativa se aplican estrategias de marketing que ayude a mejorar los procesos de captación de clientes?

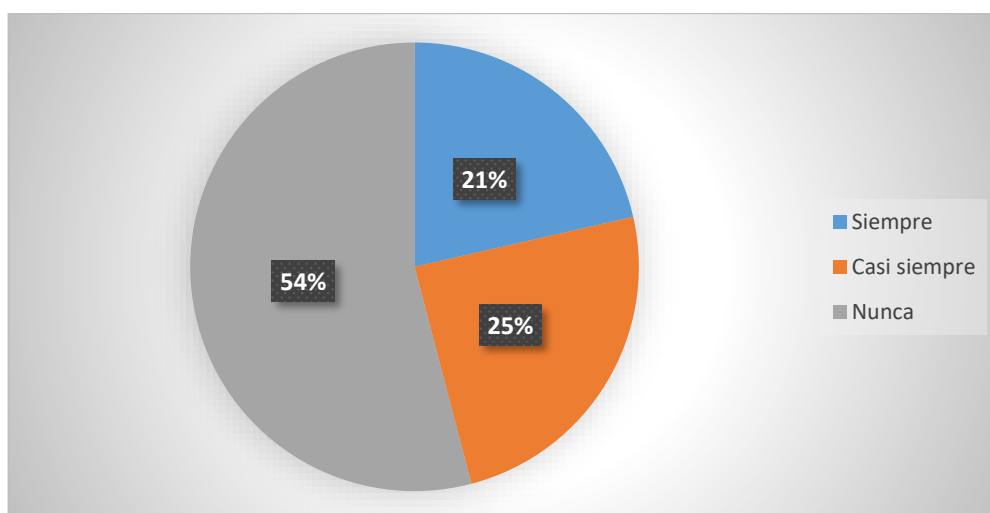
Tabla 8: Estrategia de marketing

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	21	21%
Casi siempre	24	25%
Nunca	53	54%
Total	98	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Gráfico 6: Estrategia de marketing



Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Análisis e interpretación

Un total del 21% de los socios señala que siempre aplican estrategia de marketing, el 25% señala que casi siempre se aplica y un 54% nos manifiesta que no se aplican. Esto nos indica que la Cooperativa no cuenta con ninguna estrategia para atraer a los clientes.

Pregunta 6: ¿En la Cooperativa aplican estrategias para mejorar los servicios?

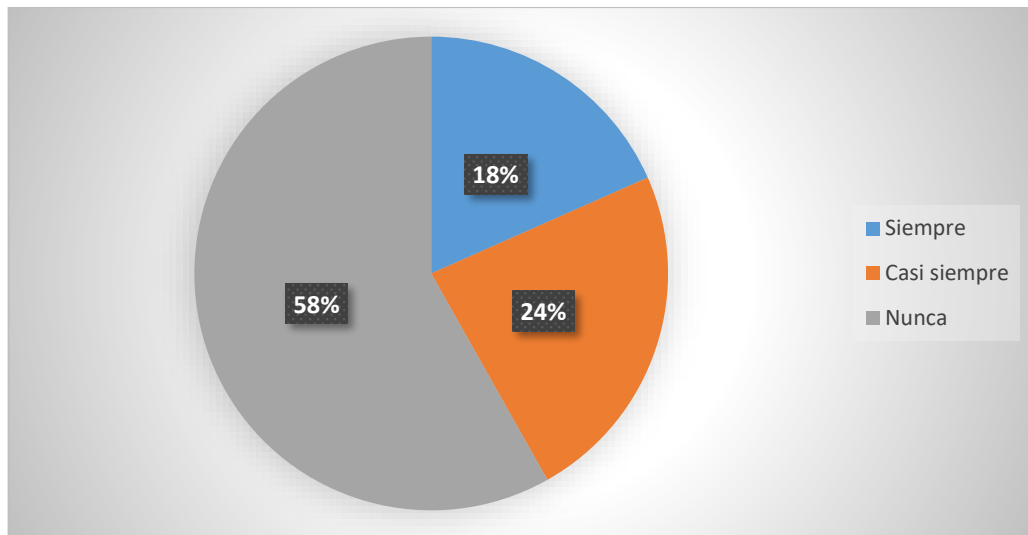
Tabla 9: Estrategia de mejora

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	18	18%
Casi siempre	23	24%
Nunca	57	58%
Total	98	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Gráfico 7: Estrategia de mejora



Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Análisis e interpretación

El 58% de los socios de la Cooperativa de Taxis señala que no aplica estrategias para mejorar los servicios, el 24% de los socios manifiesta que si aplican y el 18% señala que si aplican siempre. La Cooperativa no cuenta con ningún tipo de estrategias deberían implementar concentrándose en las necesidades de los clientes.

Pregunta 7: ¿Conoce usted si existe algún plan de negocios en la Cooperativa?

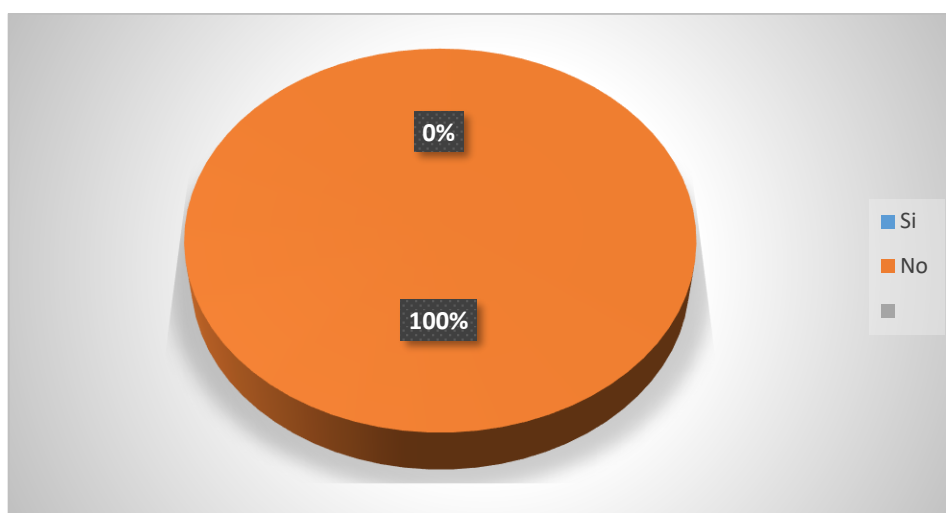
Tabla 10: Importancia del plan de negocios

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	98	100%
Total	98	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Gráfico 8: Plan de negocio



Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Análisis e interpretación

En los resultados obtenidos podemos darnos cuenta de que el 100% de los socios de la cooperativa señala que no existe un plan de negocios en la Cooperativa de Taxi “Señor Del Buen Suceso”. La aplicación de un plan de negocio busca entre otras cosas atender dos finalidades principales: corregir las posibles fallas o errores existentes y prevenir las nuevas fallas o errores.

Pregunta 8: ¿Cree que la implementación de un plan de negocios para la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso” mejorará la eficiencia en los servicio?

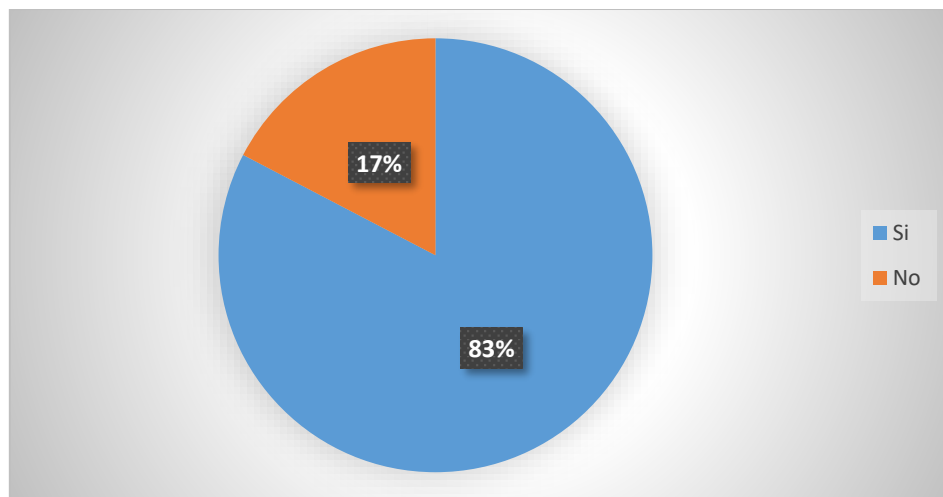
Tabla 11: Implementación de un plan de negocios

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	81	83%
No	17	17%
Total	98	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Gráfico 9: Implementación de un plan de negocio



Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Análisis e interpretación

El 83% de los socios señala que es importante la implementación de un plan de negocios, el 17% de los socios manifiestan que desconocen el tema. Esto nos indica que la mayoría está seguros de que la implementación de un plan de negocios ayudara las condiciones actuales y a la toma de decisiones de la Cooperativa.

Pregunta 9: ¿Cree que el proceso que se aplica para brindar el servicio es el más idóneo?

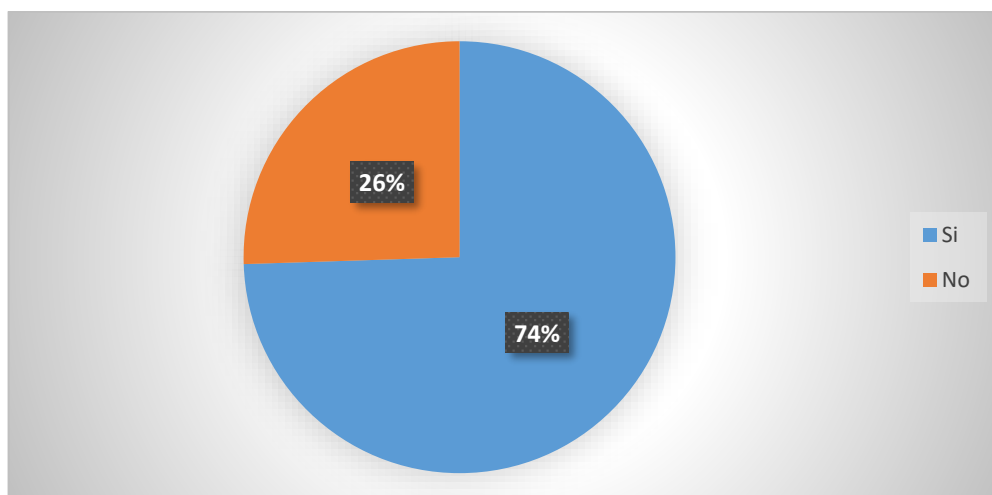
Tabla 12: Proceso para brindar el servicio

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	73	74%
No	25	26%
Total	98	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Gráfico 10: Proceso para brindar el servicio



Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Análisis e interpretación

El 74% manifiesta que el proceso que se aplica para brindar el servicio es el más idóneo y el 26% señala que no es el más adecuado. Esto refleja que la mayoría de los socios saben sus funciones a desempeñar a la hora de dar un buen trato a sus clientes.

Pregunta 10: ¿Usted como socio de la Cooperativa es participe en la toma de decisiones?

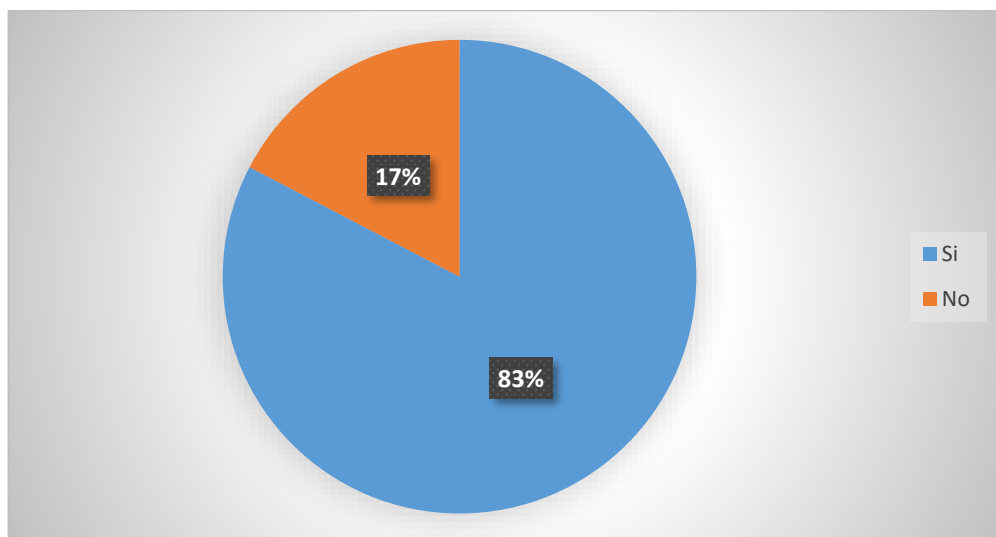
Tabla 13: Participe en la toma de decisiones

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	81	83%
No	17	17%
Total	98	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Gráfico 11: Participe en la toma de decisiones



Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Análisis e interpretación

El 83% de los socios señala que son participes en la toma de decisiones y un 17% manifiesta que no son tomados en cuenta. Esto nos indica que los socios son participes en la toma de decisiones y aportan para solucionar inconvenientes que se presenten en la cooperativa.

3.5.4 Análisis y encuesta a los clientes

Pregunta 1: Edad

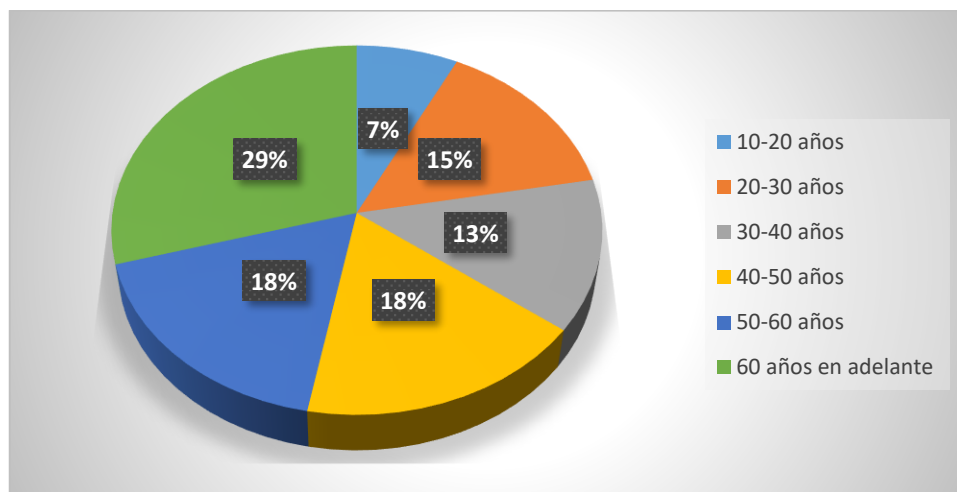
Tabla 14: Edad

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
10-20 años	5	7%
20-30 años	10	15%
30-40 años	9	13%
40-50 años	12	18%
50-60 años	12	18%
60 años en adelante	20	29%
Total	68	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Gráfico 12: Edad



Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Análisis e interpretación

El 5% están en un rango de 10 a 20 años, 15% del rango 20 a 30 años, 13% del rango de 30 a 40 años, 18% rango de 40 a 50 años, 18% rango de 50 a 60 años, y el 29% son de 60 años en adelante que utiliza el transporte público. Estos resultados muestran que la mayor parte de los clientes de la cooperativa es gente de 60 años en adelante, esto es importante ya que son personas que utilizan taxis a diario.

Pregunta 2: Género

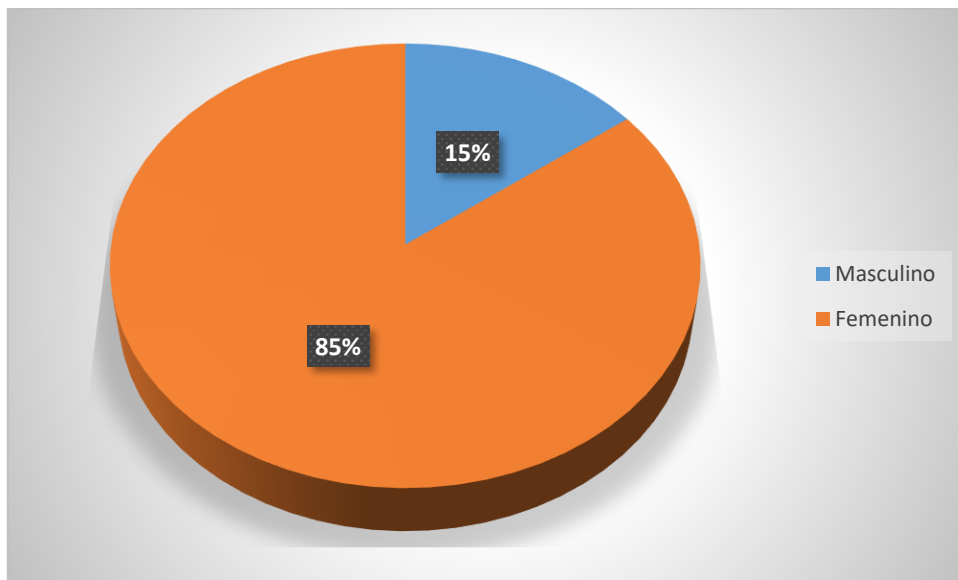
Tabla 15: Género

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	10	15%
Femenino	58	85%
Total	68	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Gráfico 13: Genero



Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Análisis e interpretación

Un total del 85% pertenece al género femenino y un 15% al género masculino. Esto refleja que la mayor parte de los clientes son mujeres.

Pregunta 3: Qué medio de transporte utiliza con más frecuencia?

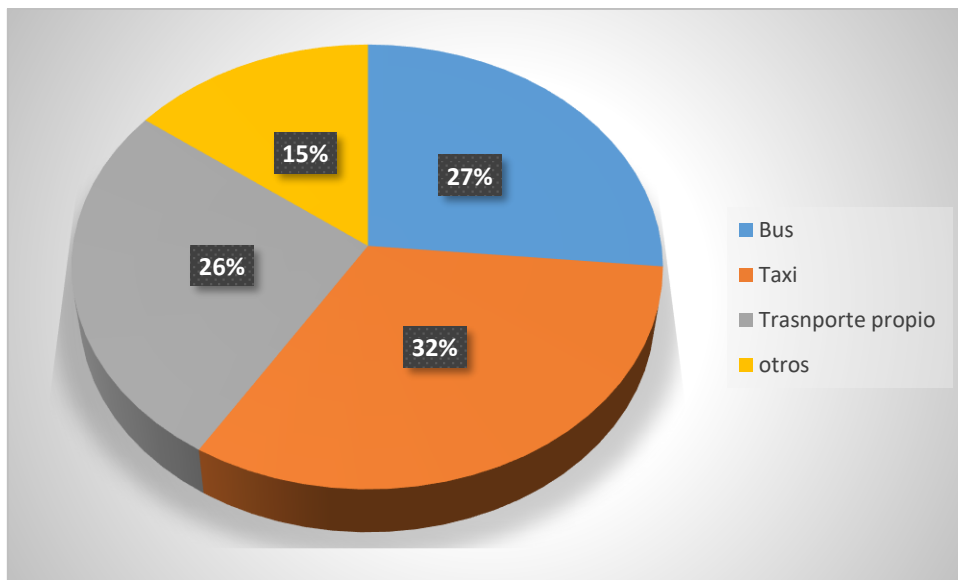
Tabla 16: Transporte que utiliza

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Bus	18	27%
Taxi	22	32%
Transporte propio	18	26%
otros	10	15%
Total	68	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Gráfico 14: Transporte que utiliza



Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Análisis e interpretación

El 32% de los encuestados utilizan taxi, el 27% utiliza el bus, el 26% tienen transporte propio y el 15% utiliza otro tipo de transporte para trasladarse a su destino. Esto nos arroja un resultado que la mayoría utiliza los servicios que prestan las cooperativas de taxis consideran que pueden ahorrar tiempo aun que suelen pagar valores altos para trasladarse.

Pregunta 4: ¿Cuántas veces al día utiliza servicio de taxi?

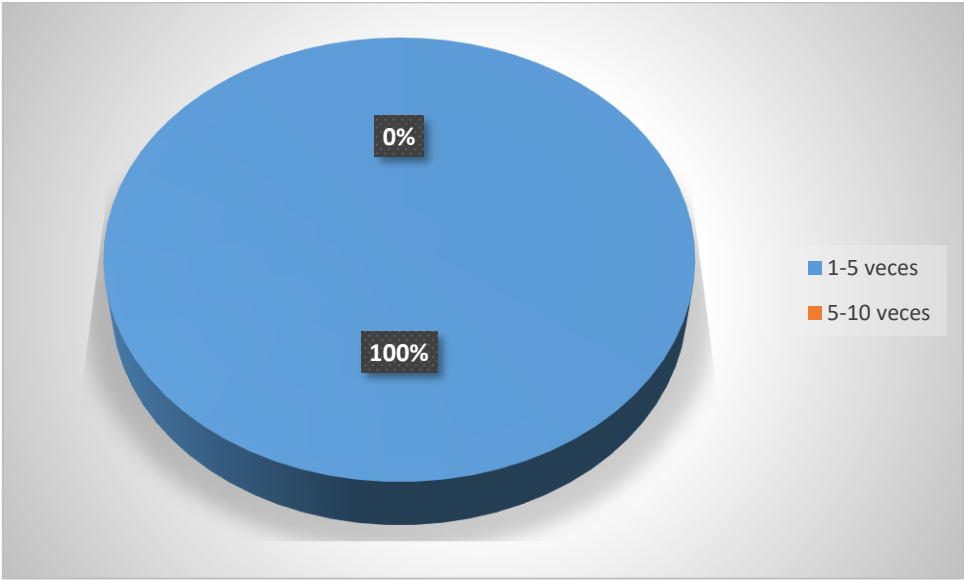
Tabla 17: Servicio de taxi

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
1-5 veces	68	100%
5-10 veces	0	0%
Total	68	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Gráfico 15: Servicio de taxi



Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Análisis e interpretación

El 100% de las encuestas realizadas nos dio como resultado que la mayoría de los encuestados utilizan a diario de 1 a 5 veces taxi, para poder trasladarse con mayor facilidad y ahorrar tiempo.

Pregunta 5: ¿Cree usted necesario la existencia de cooperativas que brinden servicios de taxis personalizados en la ciudad de Riobamba?

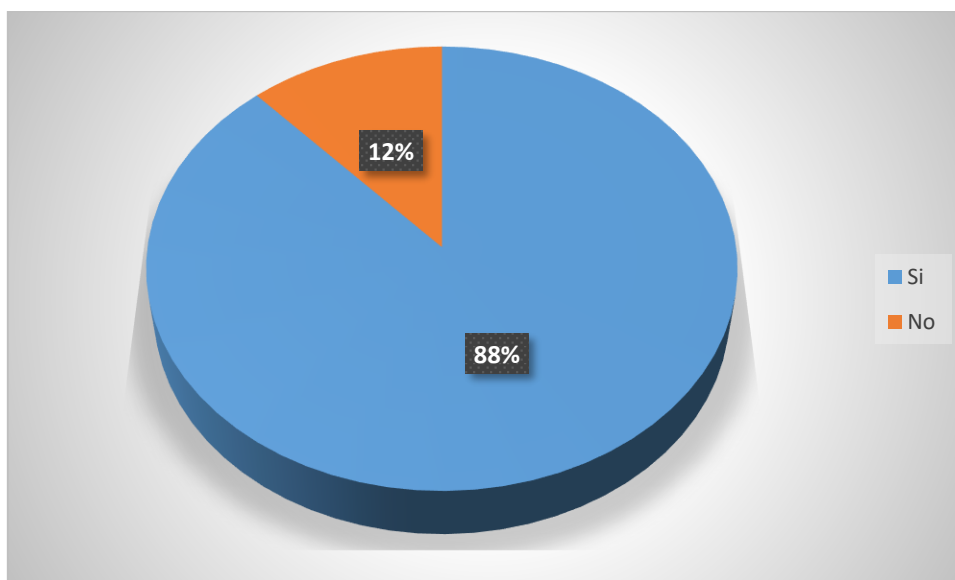
Tabla 18: Importancia de la existencia del servicio de taxi personalizado

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Si	60	88%
No	8	12%
Total	68	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Gráfico 16: Servicio de taxi personalizado



Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Análisis e interpretación

En las encuestas realizadas obtuvo que el 88% de personas cree que es necesario la existencia de cooperativas que brinden servicios personalizados y el 12% consideran que no es necesario. Estos resultados muestran que la mayoría requieren cooperativas de taxis brinden servicios personalizados que le brinden calidad y calidez al momento de trasladarse de un lugar a otro.

Pregunta 6: ¿Cuál de los siguientes aspectos considera usted importante al momento de contratar el servicio de taxi?

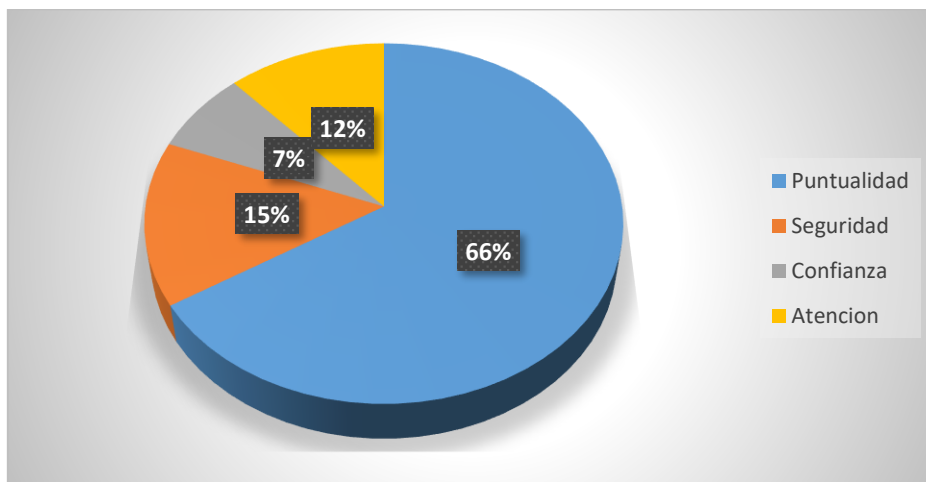
Tabla 19; Aspectos importantes al momento de contratar servicio de taxi

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Puntualidad	45	66%
Seguridad	10	15%
Confianza	5	7%
Atención	8	12%
Total	68	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Gráfico 17: Aspectos importantes



Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Análisis e interpretación

En la encuesta realizada se obtuvo que el 66% de las personas consideran importante la puntualidad, el 15% por seguridad, el 7% por confianza y el 12% por la atención que brindan, nos dio a conocer que gran parte de los encuestados consideran que la puntualidad es importante al momento de contratar el servicio de taxi.

Pregunta 7: ¿Ha tomado en cuenta a que cooperativa pertenece el taxi que toma al momento de trasladarse?

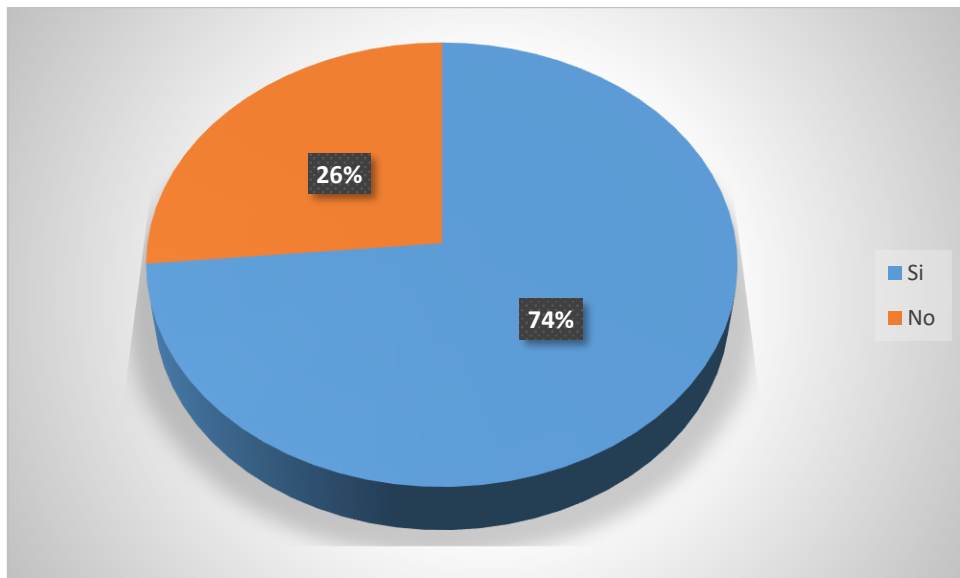
Tabla 20: Cooperativa a la que pertenece al momento de trasladar

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Si	50	74%
No	18	26%
Total	68	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Gráfico 18: Cooperativa a la que pertenece



Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Análisis e interpretación

El 74% de los encuestados toman en cuenta la cooperativa a la que pertenece y el 26% no toman en cuenta. Nos permitió conocer que el gran porcentaje de los encuestados toman en cuenta a que cooperativa pertenece el taxi que contratan al momento de trasladarse ya que para muchos es muy importante para realizar cualquier tipo de reclamo o denuncia.

Pregunta 8: ¿Para qué utiliza este servicio?

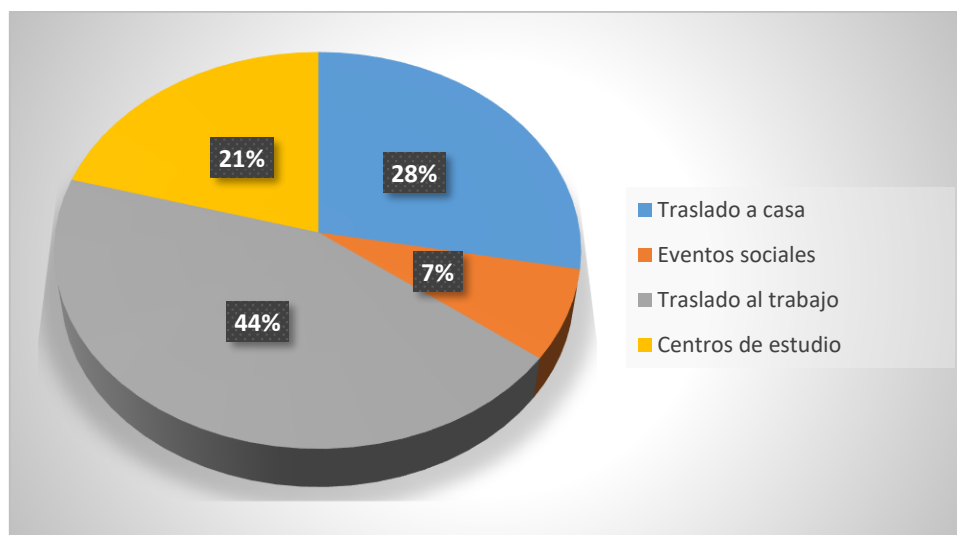
Tabla 21: Servicio

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Traslado a casa	19	28%
Eventos sociales	5	7%
Traslado al trabajo	30	44%
Centros de estudio	14	21%
Total	68	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Gráfico 19: Servicio



Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Análisis e interpretación

El 44% de las personas utilizan este servicio para trasladar al trabajo, el 28% para trasladar a casa, el 21% para trasladar a centros educativos y el 7% utilizan para eventos sociales. Lo que significa que el porcentaje más alto utiliza este medio de transporte para trasladarse a sus trabajos ya que ahorran tiempo.

Pregunta 9: ¿Conoce o ha escuchado la existencia de la Cooperativa de Taxi “Señor Del Buen Suceso”?

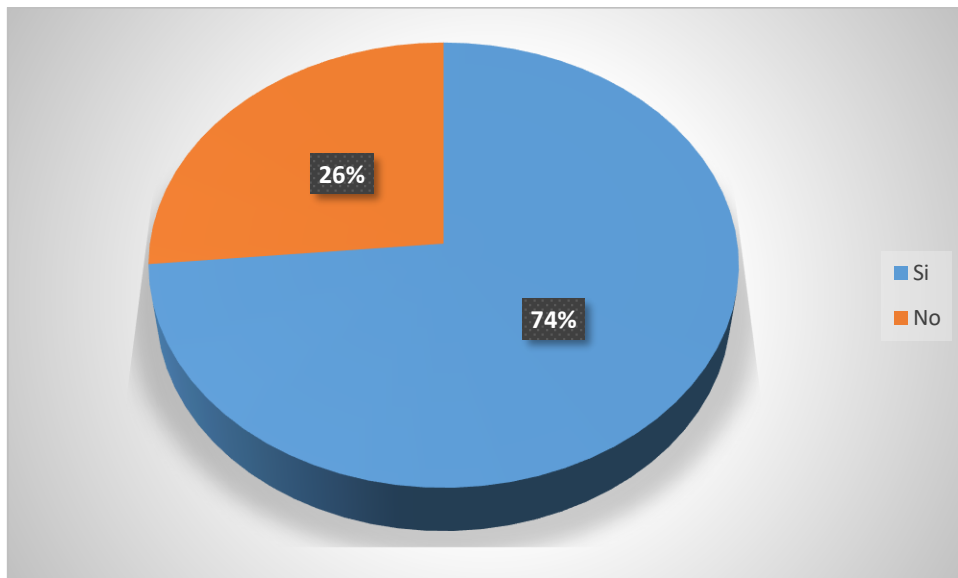
Tabla 22: Existencia de la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso”

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Si	50	74%
No	18	26%
Total	68	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Gráfico 20: Existencia de la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso”



Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Análisis e interpretación

El 74% de las personas encuestadas señala que conocen la existencia de la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso” y el 26% de las personas manifiestan que desconocen. Como mayor porcentaje se presenta que conocen la existencia de la cooperativa porque tienen alta demanda en el mercado local

Pregunta 10: ¿Le gustaría formar parte de la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso”?

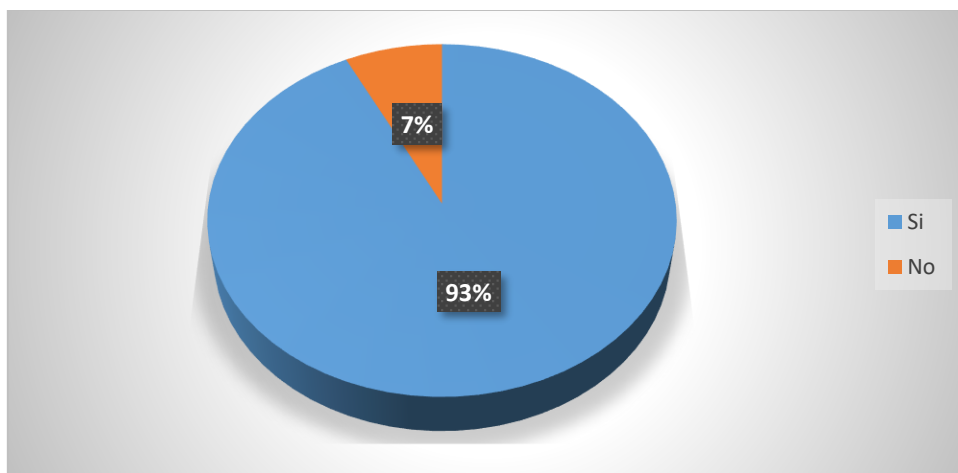
Tabla 23: Desea formar parte de la Cooperativa

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Si	63	93%
No	5	7%
Total	68	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Gráfico 21: Formar parte de la Cooperativa



Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Adriana Quinata

Análisis e interpretación

El 63% de las personas desean formar parte de la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso” y el 7% de las personas no tienen ningún tipo de interés en formar parte de la cooperativa.

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 PLAN DE NEGOCIOS DE LA COOPERATIVA DE TAXIS “SEÑOR DEL BUEN SUCESO” DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA CHIMBORAZO, PERIODO 2017-2020.

4.2 CONTENIDO DE LA PROPUESTA

La realización del diseño de un plan de negocios para la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso” está basado en:

1. Estudio de mercado
2. Plan técnico
3. Plan Administrativo
4. Plan de Marketing
5. Plan Financiero

Plan Técnico se detallara la macro localización, micro localización, ubicación exacta y el logotipo con la que se caracteriza la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso”.

En el estudio de mercado se realizara un análisis de la demanda, oferta y la competencia, se llevara a cabo la elaboración del respectivo flujograma y por último se elaborara las estrategias para un mejor funcionamiento de nuestra entidad.

Plan Administrativo: se dará a conocer la reseña histórica, misión, visión, valores, organigrama estructural y el manual de funciones de la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso”.

Plan de Marketing: se elaborara las estrategias para el producto o servicio, precio, plaza y promoción.

Plan financiero: se detallara los ingresos, egresos, gatos, depredaciones, amortizaciones, estado de resultados balance general flujo de efectivo, valor actual neto, tasa interna de retorno, período de la recuperación de la inversión y la relación costo beneficio.

4.3 PLAN TÉCNICO

El plan técnico tiene como objetivo llegar a diseñar la función de producción optima que mejor utilice los recursos disponibles, para el producto deseado sea este un bien o servicio.

4.3.1 Macro localización

Ecuador, oficialmente denominado República del Ecuador, es un país americano ubicado en América del Sur. Limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú y al oeste con el Océano Pacífico, el cual lo separa de las Islas Galápagos, ubicadas a más de mil kilómetros de la costa. La Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso” se encuentra en el país del Ecuador.

Gráfico 22: Macro localización



Fuente: Investigación de campo

4.3.2 Micro localización

Riobamba es una ciudad de Ecuador, conocida también como: “Cuna de la Nacionalidad Ecuatoriana”, “Sultana de los Andes”, “Ciudad Bonita”, “Ciudad de las Primicias”, “Corazón de la Patria”. Es la capital de la provincia de Chimborazo. La Cooperativa de Taxis antes mencionada se encuentra ubicada en la provincia de Chimborazo cantón Riobamba.

Gráfico 23: Micro localización

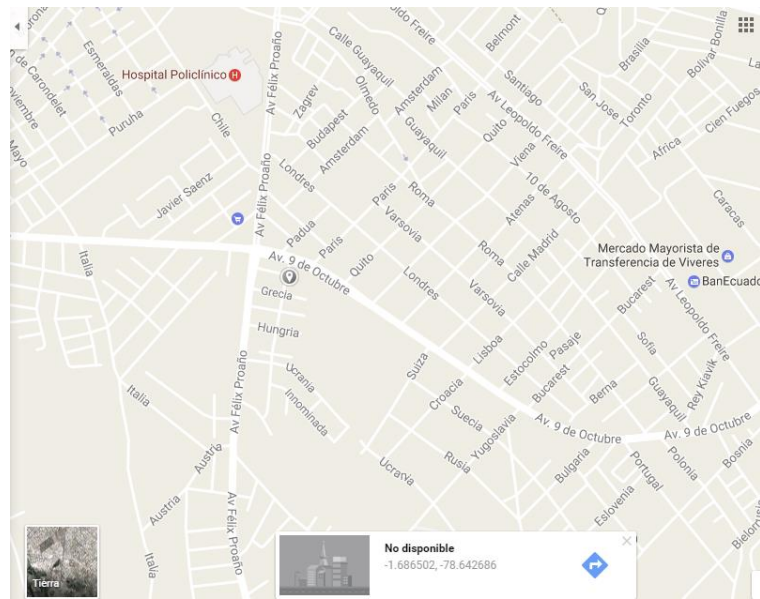


Fuente: Investigación de campo

4.3.3 Ubicación de la empresa

La Cooperativa está ubicada exactamente en la ciudad de Riobamba en las calles Atenas 0 Y Londres Mz Q Casa 9 Cdla Politécnica - Atenas

Gráfico 24: Ubicación



Fuente: Investigación de campo

4.3.4 Logotipo.



En la imagen anterior se puede mostrar el logotipo que hace que nuestra institución sea prestigiada y pueda llegar al cliente para brindar un servicio de calidad siendo una cooperativa que brinda confort a cada uno de nuestros clientes sin discriminación de género, edad, raza y condición social siempre seguro siempre a tiempo.

4.4 PLAN ADMINISTRATIVO

1. Reseña histórica de la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso”

La Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso”, fundada en el año de 1984 con la finalidad de ocupar sitios de liderazgo en el Sector de transportes, a ser generadora de bienestar y calidad de vida de sus Asociados y sus entornos, con aprovechamiento de los desarrollos administrativo y tecnológico del sector, y a proyectar y diversificar sus servicios con pertinencia social y visión de país.

Se refiere a la Misión y Visión reestructuradas y propuesta:

2. Misión

Prestar servicio de Transporte de Pasajeros en Radiotaxis puerta a puerta a los ciudadanos de Riobamba y la provincia, con unidades modernas, garantizando seguridad y calidad en el servicio.

3. Visión

Ser una Cooperativa líder en el Transporte de Pasajeros en Radiotaxis dentro y fuera de la ciudad y provincia, proporcionando un servicio eficiente, seguro y de calidad, fortaleciendo el número de laborales que hoy cuenta la Institución.

4. Valores

Membresía abierta y voluntaria

Todas las personas que deseen formar parte de la familia de la Cooperativa de Transportes “Señor Del Buen Suceso” que esté dispuesto a servir y contribuir con la ciudadanía aceptando su responsabilidad de su afiliación sin ninguna discriminación social política ni religiosa o cual fuere el sexo, y que se sujeten a los estatutos de la cooperativa.

Control democrático de los miembros

La cooperativa es una entidad de autoayuda para la ciudadanía Riobambeña y turistas nacionales o extranjeros. La cual es controlada de manera democrática a todos los socios que integran la misma. Los Socios elegidos para cargos de representación deberán responder ante todos los miembros.

Participación económica de los miembros

Todos los socios sin ninguna excepción deberán contribuir de manera equitativa al crecimiento patrimonial de las cooperativas y participar democráticamente en su control.

Autonomía e independencia

Si la cooperativa entra en acuerdo con otras organizaciones o reciben recursos de fuentes externas, lo hacen en términos que aseguren el control democrático por parte de sus miembros y mantengan la autonomía de la cooperativa.

Educación, formación e información

Como institución brindaremos educación a cada uno de los socios, a sus dirigentes, gerentes y empleados, mediante programas de formación humana y capacitación, de tal forma que puedan contribuir eficazmente a su desarrollo. Las cooperativas informan al público en general, particularmente a jóvenes y creadores de opinión, acerca de la naturaleza y beneficios del cooperativismo.

Cooperación entre cooperativas

Las cooperativas sirven eficazmente a sus Asociados y al movimiento cooperativo, trabajando unidas por medio de estructuras locales, regionales, nacionales e internacionales.

Compromiso con la comunidad

Trabajamos para el desarrollo sostenible de sus comunidades, por medio de políticas respaldadas por sus Asociados.

5. Objetivos y políticas empresariales

Formulación de objetivos estratégicos.

Tomando en cuenta los resultados obtenidos a través del análisis interno y externo que se realizó a la Cooperativa de Transporte de Pasajeros en Radiotaxi “Señor del Buen Suceso” y tomando en cuenta los puntos de los ejes estratégicos indicados a continuación se plantea los siguientes objetivos.

Objetivos estratégicos a largo plazo

- Mantener una situación financiera sólida hasta el año 2020 que garantice la operación de la caja de ahorro.
- Alcanzar el prestigio institucional hasta el año 2020 posicionándole a la cooperativa entre las cinco mejores organizaciones de servicios de pasajeros en taxis a través del mejoramiento y optimización del servicio.
- Alcanzar estándares de calidad y eficiencia hasta el año 2020 con el propósito de ofrecer un mejor servicio consiguiendo así la fidelidad del cliente.

Objetivos estratégicos a mediano plazo

- Establecer alianzas estratégicas hasta el año 2019 con empresas del medio relacionadas al mantenimiento de vehículos y venta de accesorios con la finalidad de contar con unidades en perfectas condiciones para la prestación del servicio.
- Capacitar al talento humano de la organización hasta el año 2020 para motivar y generar un adecuado clima laboral con el propósito de mejorar sus habilidades para brindar una eficiente atención al cliente.
- Realizar un plan de publicidad hasta el año 2020 a través del cual permita posicionar a la cooperativa en el mercado y minimizar el impacto de la competencia.

Objetivos estratégicos a corto plazo

- Difundir la comunicación organizacional hasta el año 2019 a través de un sistema que permita y garantice el flujo de la información y su tiempo de respuesta.
- Disponer hasta el 2019 de un sistema de información contable y financiera que permita un control claro de los movimientos transaccionales que realiza la cooperativa, así como de un sistema satelital que permita entregar oportunamente el servicio y preservar la integridad de los usuarios y colaboradores.

6. Políticas

Son grandes directrices formuladas por la alta dirección para orientar y facilitar el cumplimiento de la misión y el desarrollo de la visión.

Política General

La Cooperativa de Taxis “SEÑOR DEL BUEN SUCESO” otorgará un trato al cliente basado en principios y valores, realizará capacitaciones constantes, se invertirá en tecnología para proporcionar calidad y excelencia en el servicio.

Políticas Administrativas

- Mantener la excelencia en las tareas que se realicen diariamente.
- Establecer tiempos de respuesta a todo requerimiento interno o externo.
- Mantener una sesión mensual de trabajo la cual debe quedar registrada en un acta a fin de coordinar y evaluar planes y programas, definir prioridades y plantear soluciones.
- Mantener un sistema de seguimiento de las actividades propuestas y planificadas.

Políticas Económicas

- Los aportes mensuales de los socios se receptorán desde el 28 hasta máximo el último día de cada mes.

- Presentar a la asamblea general de socios los estados financieros cada 6 meses del periodo económico.
- Destinar un porcentaje de las utilidades que la organización genere como resultado de sus operaciones anuales para realizar capitalizaciones futuras.

Políticas de Comercialización

- Realizar estudios de mercado, utilizando técnicas como encuestas y entrevistas a socios y clientes para determinar sus necesidades y la satisfacción del servicio.
- Brindar un trato justo y de calidad a todos los clientes considerando que el fin de la empresa es el servicio a la comunidad.
- Colocar publicidad en vallas en la Sede Social y las paradas, el periódico, hojas volantes y en el Internet.

7. Políticas de Recursos Humanos

Personal

Se mantendrán reuniones con el personal administrativo a fin de motivar e incentivar la integración, así como conocer los problemas que puedan existir con la atención a los clientes.

- Se otorgará una remuneración justa de acuerdo con la ley y se analizarán los incrementos para cada año de acuerdo a la disposición del estado y a las posibilidades económicas de la cooperativa.
- Se mantendrá una capacitación periódica del personal administrativo que apoya la gestión de la cooperativa.
- Se realizarán evaluaciones periódicas para controlar el rendimiento laboral por medio de indicadores de gestión.
- Todo empleado de la organización será afiliado al IESS desde su ingreso a la Cooperativa, de igual manera se afiliará al socio que desee aportar al seguro.
- Impulsar el desarrollo del talento humano para atención al cliente mediante acciones permanentes de capacitación.

Socios

- En el mes de diciembre de cada año, para la fecha de navidad se darán bonos navideños y una fiesta especial para socios y personal de la cooperativa.
- En el mes de septiembre de cada año, se realizará un campeonato deportivo con la participación de socios, empleados y chóferes.
- Todos los integrantes de la cooperativa deben mantener un comportamiento ético.

Políticas de Servicios

- El servicio de atención al cliente será de calidad con eficiencia y eficacia.
- Se establecerá como parámetro de atención la llegada al lugar de destino de 5 a 10 minutos como máximo.
- Se evaluará la satisfacción del cliente y la efectividad del servicio.

Políticas de créditos y cobranzas para los socios

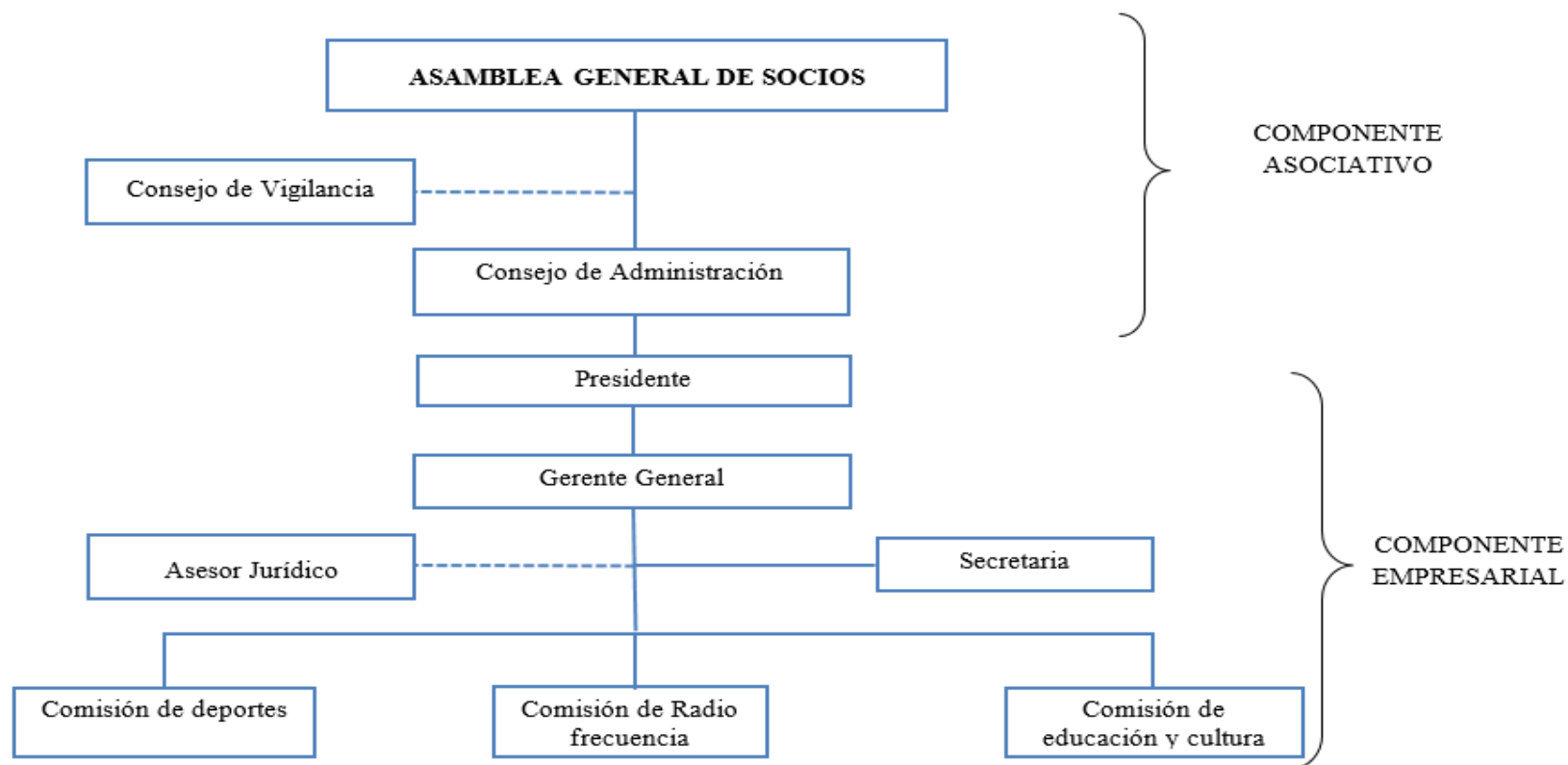
- Se otorgarán créditos con el 10% anual hasta un plazo de 18 meses
 - a) Mantenimiento de Vehículo hasta 1.000 dólares.
 - b) Reparación de máquina hasta 1.500 dólares.
 - c) Ordinarios hasta 1.500 dólares.
- Se otorgarán créditos con el 5% anual para:
 - a) Accidentes de tránsito cubrirá el siniestro en su totalidad con un plazo hasta 24 meses.
 - b) Renovación de unidad hasta 12.000 dólares con un plazo de 48 meses.
- En caso de no cumplir con las cuotas mensuales se cobrará un interés por mora del 1.5% por mes.

- Se hará una constante revisión del pago que realizan los socios por sus créditos y se hará una clasificación de socios así: Tipo A – Socio Responsable y Tipo B – Socio No Responsable.
- Del interés generado por los préstamos otorgados se utilizará el 50% en fondos para agasajo Navideño, el 25% en fondos para Caja contra accidentes, y el 25% para Certificados de Aportación.
- El interés por mora de los préstamos será utilizado en su totalidad para incrementar el fondo de Navidad.
- El secretario se encargará de hacer una primera llamada de atención con una llamada telefónica al socio transcurrido los 5 primeros días de vencimiento de la fecha de pago, en caso de no cancelar se realizará el memorando respectivo indicando la aplicación del interés por mora.

8. Organigrama estructural

En el organigrama estructural se determina el personal que está a cargo de cumplir con cada uno de los objetivos establecidos por la cooperativa de taxis “Señor Del Buen Suceso”.

Gráfico 25: Organigrama de la Cooperativa de Taxis "Señor Del Buen Suceso"



Fuente: Coop. De taxis “Señor Del Buen Suceso”

Elaborado por: Adriana Quinata

Descripción

Componente Asociativo

Se refiere a los organismos de gobierno cooperativo conformado democráticamente por los socios que conforman la Asamblea de Representantes, es decir es la representatividad de los dueños de la cooperativa y de acuerdo a la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario LOEP y su respectivo Reglamento. Se detalla continuación:

Asamblea General de Representantes

La asamblea general es el órgano de gobierno de la cooperativa y sus decisiones obligan a los directivos, administradores y socios, siempre que estas decisiones no sean contrarias a la ley, al presente reglamento o al estatuto social de la cooperativa.

Atribuciones y deberes de la asamblea general:

1. Aprobar y reformar el estatuto social, el reglamento interno y el de elecciones;
2. Elegir a los miembros de los consejos de administración y vigilancia;
3. Remover a los miembros de los consejos de administración, vigilancia y gerente, con causa justa, en cualquier momento y con el voto secreto de más de la mitad de sus integrantes;
4. Aprobar o rechazar los estados financieros y los informes de los consejos y de gerencia. El rechazo de los informes de gestión implica automáticamente la remoción del directivo o directivos responsables, con el voto de más de la mitad de los integrantes de la asamblea;
5. Conocer el plan estratégico y el plan operativo anual con su presupuesto, presentados por el consejo de administración;
6. Autorizar la adquisición, enajenación o gravamen de bienes inmuebles de la cooperativa, o la contratación de bienes o servicios, cuyos montos le corresponda según el estatuto social o el reglamento interno;
7. Decidir la distribución de los excedentes, de conformidad con la ley, este reglamento, y el estatuto social;

8. Resolver las apelaciones de los socios referentes a suspensiones de derechos políticos internos de la institución;
9. Definir el número y el valor mínimo de aportaciones que deberán suscribir y pagar los socios;
10. Aprobar el reglamento que regule dietas, viáticos, movilización y gastos de representación del presidente y directivos, que, en conjunto, no podrán exceder, del 10% del presupuesto para gastos de administración de la cooperativa;
11. Resolver la fusión, transformación, escisión, disolución y liquidación;
12. Elegir a la persona natural o jurídica que se responsabilizará de la auditoría interna o efectuará la auditoría externa anual, de la terna de auditores seleccionados por el consejo de vigilancia de entre los calificados por la Superintendencia. En caso de ausencia definitiva del auditor interno, la asamblea general procederá a designar su reemplazo, dentro de treinta días de producida ésta.
13. Es el órgano de control interno de las actividades económicas que sin injerencia e independiente de la administración, responde a la asamblea general; estará integrado por un mínimo de tres y máximo cinco vocales principales y sus respectivos suplentes, elegidos en asamblea general en votación secreta. Los vocales durarán en sus funciones el tiempo fijado en el estatuto social, que no excederá de cuatro años y podrán ser reelegidos por una sola vez.

Atribuciones y deberes:

1. Nombrar de su seno al presidente y secretario del consejo;
2. Controlar las actividades económicas de la cooperativa;
3. Vigilar que la contabilidad de la cooperativa se ajuste a las normas técnicas y legales vigentes;
4. Realizar controles concurrentes y posteriores sobre los procedimientos de contratación y ejecución, efectuados por la cooperativa;
5. Presentar a la asamblea general un informe conteniendo su opinión sobre la razonabilidad de los estados financieros y la gestión de la cooperativa;
6. Observar cuando las resoluciones y decisiones del consejo de administración y del Gerente, en su orden, no guarden conformidad con lo resuelto por la asamblea general, contando previamente con los criterios de la gerencia;

7. Informar al consejo de administración y a la asamblea general, sobre los riesgos que puedan afectar a la cooperativa;
8. Solicitar al presidente que se incluya en el orden del día de la próxima asamblea general, los puntos que crea conveniente, siempre y cuando estén relacionados directamente con el cumplimiento de sus funciones.

Consejo de Administración

El consejo de administración es el órgano de dirección, regulación interna y fijación de políticas administrativas y financieras, estará integrado por un mínimo de tres y máximo nueve vocales principales y sus respectivos suplentes, elegidos en asamblea general en votación secreta.

Atribuciones y deberes:

1. Planificar y evaluar el funcionamiento de la cooperativa;
2. Aprobar políticas institucionales y metodologías de trabajo;
3. Proponer a la asamblea reformas al estatuto social y reglamentos que sean de su competencia;
4. Dictar los reglamentos de administración y organización internas, no asignados a la asamblea general;
5. Aceptar o rechazar las solicitudes de ingreso o retiro de socios;
6. Sancionar a los socios de acuerdo con las causas y el procedimiento establecidos en el estatuto social. La sanción con suspensión de derechos no incluye el derecho al trabajo. La presentación del recurso de apelación, ante la asamblea general, suspende la aplicación de la sanción;
7. Designar al presidente, vicepresidente y secretario del consejo de administración; y comisiones o comités especiales y removerlos cuando inobservaren la normativa legal y reglamentaria;
8. Nombrar al gerente y gerente subrogante y fijar su retribución económica;
9. Autorizar la adquisición de bienes muebles y servicios, en la cuantía que fije el estatuto social o el reglamento interno;
10. Aprobar el plan estratégico, el plan operativo anual y su presupuesto y someterlo a conocimiento de la Asamblea General;

11. Conocer y resolver sobre los informes mensuales del Gerente;
12. Autorizar el otorgamiento de poderes por parte del Gerente;
13. Informar sus resoluciones al Consejo de Vigilancia;
14. Aprobar los programas de educación, capacitación y bienestar social de la cooperativa con sus respectivos presupuestos.

Consejo de Vigilancia

Presidente

Para ser elegido presidente de una cooperativa, se requiere haber ejercido la calidad de socio, por lo menos dos años antes de su elección y recibir capacitación en áreas de su competencia antes de su posesión. Será elegido por el consejo de administración de entre sus miembros y podrá ser removido, en cualquier tiempo por causas debidamente justificadas, con el voto secreto de más de la mitad de los vocales del consejo de administración.

En caso de ausencia temporal o definitiva, será subrogado por el vicepresidente que, deberá reunir los mismos requisitos que el presidente.

Atribuciones y responsabilidades:

1. Convocar, presidir y orientar las discusiones en las asambleas generales y en las reuniones del Consejo de Administración;
2. Dirimir con su voto los empates en las votaciones de asamblea general;
3. Presidir todos los actos oficiales de la cooperativa; y,
4. Suscribir los cheques juntamente con el Gerente, cuando así lo disponga el estatuto social.

Componente Empresarial


Es importante aclarar que se refiere a la administración y en general a la gestión del giro de negocio de la cooperativas, que de acuerdo a su objeto social y a la disposición legal, es el de intermediación financiera a través de una empresa de propiedad común, que se

la resume únicamente considerando algunos aspectos estratégicos relacionados con los principales cargos que menciona la normativa vigente al respecto, presentado a manera de un manual de funciones relacionado con el rol de los principales responsables empresarial del negocio financiero solidario:

1. Propuesta de manual de funciones

El objetivo principal del presente manual es instruir al personal de cooperativa de taxis sobre el desarrollo de actividades, su nivel de responsabilidad y autoridad.

Tabla 24: Asamblea de Socios

COOPERATIVA DE TAXIS SEÑOR DEL BUEN SUCESO 	
PERFIL DEL PUESTO	
Nombre del Puesto:	ASAMBLEA DE SOCIOS
NATURALEZA DEL PUESTO:	Realizar reuniones mensuales para el control de la Cooperativa de Taxis “Señor del Buen Suceso”.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tomar decisiones ✓ Verificar el funcionamiento de la cooperativa ✓ Analizar la situación económica de la cooperativa ✓ Cumplir con los objetivos propuestos ✓ Aprobar y reformar el estatuto social, el reglamento interno y el de elecciones.
Experiencia:	4 años de posiciones o responsabilidad que estén similares o afines a la actividad.
PERFIL DEL PUESTO <ol style="list-style-type: none"> 1) Tener mínimo 5 años de experiencia en cargos a fines con título. 2) Tener una estabilidad económica. 3) No ser penado por la ley. 	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Adriana Quinata

Tabla 25: Perfil del cargo del presidente

COOPERATIVA DE TAXIS SEÑOR DEL BUEN SUCESO	
PERFIL DEL PUESTO	
Nombre del Puesto:	PRESIDENTE
NATURALEZA DEL PUESTO:	Representación legal presidir a convocar a las reuniones para tratar asuntos relacionados a la Cooperativa.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Convocar, presidir y orientar las discusiones en las asambleas generales y en las reuniones del Consejo de Administración. ✓ Dirimir con su voto los empates en las votaciones de asamblea general. ✓ Presidir todos los actos oficiales de la cooperativa; y, ✓ Suscribir los cheques conjuntamente con el Gerente, cuando así lo disponga el estatuto social.
Experiencia:	4 años de posiciones o responsabilidad que estén similares o afines a la actividad.
PERFIL DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Título de Ingeniero Administración de Empresas. ✓ Poseer la experiencia necesaria para el cargo. 	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Adriana Quinata


Tabla 26: Perfil de cargo del gerente general

COOPERATIVA DE TAXIS SEÑOR DEL BUEN SUCESO	
PERFIL DEL PUESTO	
Nombre del Puesto:	GERENTE
NATURALEZA DEL PUESTO:	Representación legal, presidir actos y reuniones relativas al funcionamiento de la empresa. Asimismo, presentar y promover: presupuestos de funcionamiento y de inversión, normas necesarias propuestas de funcionarios
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Representar legalmente a la cooperativa. ✓ Convocar y presidir las reuniones de las diferentes comisiones. ✓ Proponer a los diferentes departamentos proyectos orientados a la superación de la cooperativa. ✓ Celebrar contratos con profesionales, organismos, instituciones con quienes la empresa mantenga negocios. ✓ Ejecutar otras funciones afines al puesto.
Experiencia:	2 a 3 años de posiciones o responsabilidad que estén similares o afines a la actividad.
PERFIL DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Título de Ingeniero Administración de Empresas. ✓ Poseer la experiencia necesaria para el cargo, comprobable. 	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Adriana Quinata


Tabla 27: Perfil de cargo de la secretaria

COOPERATIVA DE TAXIS SEÑOR DEL BUEN SUCESO 	
PERFIL DEL PUESTO	
Nombre del Puesto:	SECRETARIA
NATURALEZA DEL PUESTO:	Elaboración de oficios, y archivo de facturas, contratos y demás trámites relacionados con la naturaleza de la empresa
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Representar conjuntamente con el Gerente a la cooperativa. ✓ Convocar a las reuniones de las diferentes Comisiones. ✓ Redactar actas de las reuniones con las diferentes comisiones de la cooperativa. ✓ Ejecutar otras funciones afines al puesto. ✓ Organizar archivos.
Experiencia:	2 a 3 años de posiciones o responsabilidades que estén similares o afines a la actividad.
PERFIL DEL PUESTO <ul style="list-style-type: none"> ✓ Título de Secretariado ejecutivo o afines. ✓ Buena presencia. ✓ Excelente ortografía y redacción de textos. ✓ Facilidad de expresión verbal y escrita. 	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Adriana Quinata


Tabla 28: Perfil de cargo del asesor jurídico

COOPERATIVA DE TAXIS SEÑOR DEL BUEN SUCESO 	
PERFIL DEL PUESTO	
Nombre del Puesto:	ASESOR JURIDICO
NATURALEZA DEL PUESTO:	Guiar a la Cooperativa en los aspectos legales.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Informar a los socios las nuevas leyes vigentes en el país. ✓ Verificar que no existan anomalías. ✓ Hacer cumplir con las leyes de tránsito a los choferes.
Experiencia:	2 a 3 años de posiciones o responsabilidad que estén similares o afines a la actividad.
PERFIL DEL PUESTO <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tener título de tercer nivel. ✓ Ser profesional en derecho. 	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Adriana Quinata


Tabla 29: Consejo de administración

COOPERATIVA DE TAXIS SEÑOR DEL BUEN SUCESO 	
PERFIL DEL PUESTO	
Nombre del Puesto:	CONSEJO ADMINISTRATIVO
NATURALEZA DEL PUESTO:	Brindar confianza por parte de los Directivos a todos los socios para un buen desenvolvimiento de nuestros propósitos.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planificar y evaluar el funcionamiento de la cooperativa ✓ Cumplir y hacer cumplir los principios establecidos en el artículo 4 de la ley y a los valores y principios del cooperativismo. ✓ Aprobar políticas institucionales y metodologías del trabajo. ✓ Aceptar o rechazar las solicitudes de ingreso y retiro de los socios.
Experiencia:	2 años de posiciones o responsabilidad que estén similares o afines a la actividad.
PERFIL DEL PUESTO <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tener título de bachiller ✓ Facilidad de expresión verbal y escrita. 	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Adriana Quinata


Tabla 30: Consejo de vigilancia

COOPERATIVA DE TAXIS SEÑOR DEL BUEN SUCESO 	
PERFIL DEL PUESTO	
Nombre del Puesto:	CONSEJO DE VIGILANCIA
NATURALEZA DEL PUESTO:	Vigilar que el servicio a la ciudadanía sea excelente y eficiente.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Vigilar el cumplimiento de las recomendaciones de auditoria, debidamente aceptadas. ✓ Informar al consejo de Administración y a la asamblea general, sobre los posibles riesgos que pueden afectar a la cooperativa. ✓ Vigilar que la contabilidad de la cooperativa se ajuste a las normas técnicas y legales vigentes. ✓ Proponer ante la asamblea general, la terna para la designación de auditor interno y externo y, motivadamente, la remoción de los directivos o Gerente.
Experiencia:	2 años de posiciones o responsabilidad que estén similares o afines a la actividad.
PERFIL DEL PUESTO <ul style="list-style-type: none"> ✓ Título de Bachiller ✓ 2 recomendaciones personales. ✓ Buena presencia. ✓ Facilidad de expresión verbal y escrita. 	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Adriana Quinata


Tabla 31: Comisión de educación y cultura

COOPERATIVA DE TAXIS SEÑOR DEL BUEN SUCESO 	
PERFIL DEL PUESTO	
Nombre del Puesto:	COMISIÓN DE EDUCACION Y CULTURA
NATURALEZA DEL PUESTO:	Fortalecer el desarrollo sociocultural de los socios de la Cooperativa con la finalidad de brindar un servicio eficiente a la colectividad.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Crear espacio de apoyo ✓ Ampliar la cobertura de atención con educación para todas las edades. ✓ Utilizar la infraestructura existente de una manera adecuada ✓ Institucionalizar eventos a nivel interno
Experiencia:	1 años de posiciones o responsabilidad que estén similares o afines a la actividad.
PERFIL DEL PUESTO <ul style="list-style-type: none"> ✓ Título de Bachiller. ✓ 2 recomendaciones personales. ✓ Hoja de vida con todos los documentos requeridos como cedula, certificado de votación. 	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Adriana Quinata


Tabla 32: Comisión de deportes

COOPERATIVA DE TAXIS SEÑOR DEL BUEN SUCESO 	
PERFIL DEL PUESTO	
Nombre del Puesto:	COMISIÓN DE DEPORTE
NATURALEZA DEL PUESTO:	Fortalecer el espíritu deportivo de los socios mediante la participación en las diferentes actividades planificadas
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planificar campeonatos internos. ✓ Realizar exposiciones sobre la importancia que tiene el deporte. ✓ Incentivar a que todo el socio practique cualquier tipo de deporte. ✓ Llevar a cabo campeonatos con otras cooperativas de transporte. ✓ Mejorar la infraestructura de los escenarios deportivos.
Experiencia:	1 años de posiciones o responsabilidad que estén similares o afines a la actividad.
PERFIL DEL PUESTO <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tener habilidades y destrezas 	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Adriana Quinata

Tabla 33: Comisión de radio frecuencia

COOPERATIVA DE TAXIS SEÑOR DEL BUEN SUCESO 	
PERFIL DEL PUESTO	
Nombre del Puesto:	COMISIÓN DE RADIO FRECUENCIA
NATURALEZA DEL PUESTO:	Controlar el buen desenvolvimiento del personal encargado de la Central de Radio.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atender ágil y cordialmente a los clientes. ✓ Informar vía telefónica y personalmente a los usuarios los turnos disponibles. ✓ Atender con cortesía a los clientes
Experiencia:	1 años de posiciones o responsabilidad que estén similares o afines a la actividad.
PERFIL DEL PUESTO <ul style="list-style-type: none"> ✓ Título de Bachiller. ✓ 2 recomendaciones personales. ✓ Hoja de vida con todos los documentos requeridos como cedula, certificado de votación, record policial, etc. ✓ Persona de buen trato, amable, cortés y seria. 	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Adriana Quinata

4.5 ESTUDIO DE MERCADO

4.5.1 Demanda

Según Andrade, S. (2010). Proporciona la siguiente definición de demanda: "Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca.

La demanda de servicios del transporte es altamente cualitativa y diferenciada. Existe una amplia gama de demandas específicas de transporte que se diferencian por hora del día, día de la semana, motivo de viaje, tipo de mercadería, importancia de la velocidad y frecuencia, etc.

Nuestra demanda va dirigida para todos los habitantes de la ciudad de Riobamba que requieren de los servicios que brinda nuestra cooperativa que es aproximadamente 124807 que solicitan de nuestros servicios. En la cual nuestra cooperativa de taxis acapara el 50% de la población total que es 6240350 de la población Riobambeña.

4.5.2 Oferta

Describe Thompson, A. (2006) la oferta como "la cantidad de bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado. También se designa con este término a la propuesta de venta de bienes o servicios que, de forma verbal o por escrito, indica de forma detallada las condiciones de la venta".

En la ciudad de Riobamba existen 48 cooperativas de taxis que ofrecen servicio a toda la población de la ciudad de Riobamba, las taxis amarillas son utilizadas más por los estudiantes superiores y los mayores de 65 años.

Nuestra Cooperativa de Taxis "Señor Del Buen Suceso" cuenta con 98 unidades modernas disponible las 24 horas del día de acuerdo con los siguientes turnos:

Tabla 34: Turnos

TURNOS
06H00 AM-14H00 PM
14H00 PM-10H00 PM
10H00 PM-06H00 AM

Fuente: Coop. Señor del Buen Suceso

Elaborado por: Adriana Quinata

Análisis de precios

Carrera mínima \$1.25 de acuerdo con la Resolución N° 069-DE-2012-ANT Instructivo que regula el procedimiento para la verificación técnica respecto a las compañías calificadas para prestar el servicio de taxi ejecutivo y que han solicitado el permiso de operación.

4.5.3 Análisis de la competencia

En la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo existen aproximadamente 48 cooperativas de taxis las cuales brindan los mismos servicios:

A continuación, enumeraremos todas las cooperativas de taxis existentes en la ciudad de Riobamba:

Tabla 35: Cooperativa de taxis en la ciudad de Riobamba

N°	Cooperativa	Flota Vehicular
1	LA CERAMICA	100
2	21 DE ABRIL	85
3	24 DE MAYO	65
4	25 DE FEBRERO	82
5	9 DE OCTUBRE	32
6	ARCO DE BELLAVISTA	100
7	ASODITAX S.A	60
8	BARON DE CARONDELET	38
9	BOLIVAR CHIRIBOGA	73
10	BONILLA ABARCA	57
11	CHIBUNGA	63
12	CHIMBORAZO	55
13	CIUDADUNIDOS.A	85
14	CONDAMINE	43
15	EL ESTADIO	46
16	EL GALPON	41
17	EL VERGEL	50
18	GENERAL BARRIGA	55
19	HEROES DE TAPI	61
20	HOSPITAXIS	81
21	LA DOLOROSA	70
22	LA POLITECNICA	66
23	LIBERTAXIS	56
24	LIZARZABURO	54
25	LOS ALAMOS	103
26	LOS ALTARES	73
27	MACAJI	58

28	MALDONADO	102
29	MERCED	82
30	MONSEÑOR LEONIDAS PROAÑO	76
31	NEVA EMPRESS	37
32	PARQUE INDUSTRIAL	52
33	PICHINCHA	86
34	PRIMERA CONSTITUYENTE	53
35	RUTAS DEL CHIMBORAZO	51
36	SAN ALFONSO	60
37	SAN FRANCISCO	50
38	SAN IGNACIO	36
39	SAN JORGE	97
40	SAN NICOLAS	52
41	SEÑOR DEL BUEN SUCESO	98
42	SESQUICENTENARIO	48
43	SETAXPAZ	50
44	SIMON BOLIVAR	70
45	TAXIALICANS.A	49
46	TERMINAL TERRESTRE	59
47	TIERRA NUEVA C.A	59
48	WILSON MOROCHO	60

Fuente: Dirección de Movilidad Riobamba

Análisis e interpretación

Se considera competencia a cualquier cooperativa dedicada a prestar similares a la nuestra. De acuerdo la encuesta aplicada se determinó que la principal competencia son las siguientes:

La Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso” tiene una competencia de 47 cooperativas de taxis que transita en la ciudad de Riobamba con un total de 2951 unidades que tiene las distintas cooperativas de taxis, la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso” cuenta con 98 unidades.

La competencia directa que tiene la cooperativa de taxis son las siguientes: Cerámica y arco de bellavista que cuentan con 100 unidades, los Álamos con 103 unidades y Maldonado con 102 unidades estas cooperativas mencionadas tienen más unidades que nuestra cooperativa y por ende tienen más clientes.

Diagnostico simplificado del escenario para la ejecución de la propuesta

Para complementar el diagnostico antes desarrollo, es necesario expresara a través de la metodología FODA, el estado actual del escenario de gestión o ejecución de la presente propuesta, en la cual se combinó tanto el componente asociativo como empresarial de la estructura organizacional, en los siguientes términos:

Tabla 36: Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Grupo considerable de socios (noventa y ocho). • Ubicación estratégica. • Estacionamiento o lugar de trabajo con buen futuro a corto plazo. • Comunicación radial eficiente operadoras-conductores • Posee infraestructura propia y espacios amplios y apropiados. • Unidades de transporte propio. • Posicionamiento en el mercado • Confianza del usuario por nuestro servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las normas legales permiten un correcto funcionamiento. • Crecimiento poblacional • Mayor y mejor captación del personal. • Avances tecnológicos existentes en el país. • Servicio de radio con índice de crecimiento. • Renovación de parque automotor disponible (exoneración).
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Bajo nivel de difusión en medios publicitarios • Inexistencia de capacitación y motivación para los socios y colaboradores. • Recursos humanos sin cultura hacia la seguridad. • Falta de esmero en la atención al cliente y Bajo nivel de relaciones humanas. • Insuficiencia de tecnología apropiada. • Inexistencia de una cultura organizacional • Inexistencia de indicadores de gestión 	<ul style="list-style-type: none"> • Recesión de la economía por la mala implementación de políticas macroeconómicas en el sector. • Altos índices delictivos. • Vías deterioradas • Alta competencia en el área. • Excesivos niveles de contaminación. • Aumento de los precios en los insumos. • Riesgo de ingreso de competidores potenciales, incremento de Compañías. • Aumento de competencia informal. • Ejecutivos no respetan su objetivo de trabajo.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Adriana Quinata

Una vez que se ha identificado los factores FODA vamos a evaluar la situación interna y externa a través de las matrices interna y externa.

MATRICES

Estas matrices permiten analizar y formular estrategias que aprovechen las Oportunidades y neutralicen las amenazas, así como analizar y formular estrategias que

Aprovechen las fortalezas y neutralicen las debilidades.

Se desarrolla un listado de las principales oportunidades y amenazas, así como fortalezas y debilidades.

Se asigna el nivel de impacto basado en la siguiente calificación:

Alto = 5

Medio = 3

Bajo = 1

MATRIZ VALORATIVA DE RESULTADOS DE ANÁLISIS INTERNO

Resume y evalúa las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de la entidad y además ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas.

**MATRIZ DE EVALUACION DE LOS FACTORES INTERNOS DE LA
COOPERATIVA DE TAXIS “SEÑOR DEL BUEN SUCESO”**

Evaluación de factores Internos	N°	Factores Críticos para el Éxito	Peso	Calificación	Total Ponderado
	Fortalezas				
	1	Grupo considerable de socios (noventa y ocho).	0,05	3	0,15
	2	Ubicación estratégica.	0,06	3	0,18
	3	Comunicación radial eficiente operadoras-conductores	0,10	4	0,40
	4	Posee infraestructura propia y espacios amplios y apropiados	0,05	2	0,10
	5	Unidades de transporte propio.	0,03	3	0,09
	6	Personal calificado.	0,10	4	0,40
	7	Existe recursos financieros adecuados.	0,10	2	0,20
	8	Estacionamiento o lugar de trabajo con buen futuro a corto plazo.	0,08	4	0,32
	Debilidades				
	1	Bajo nivel de difusión en medios publicitarios	0,04	2	0,08
	2	Inexistencia de capacitación y motivación para los socios	0,08	2	0,16
	3	Recursos humanos sin cultura hacia la seguridad.	0,07	1	0,07
	4	Falta de esmero en la atención al cliente. y Bajo nivel de relaciones humanas.	0,10	3	0,30
	5	Insuficiencia de tecnología apropiada.	0,05	3	0,15
	6	Inexistencia de una cultura organizacional	0,06	2	0,12
	7	Inexistencia de indicadores de gestión	0,03	2	0,06
			1,00	-	2,78

Fuente: Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso”, Riobamba 2013

Elaborado por: Adriana Quinata.

ANÁLISIS

Tomando como referencia los parámetros de medición que están predeterminados en el FODA inteligente, que hace referencia a que el resultado ponderado positivo promedio es de **2,5**, puedo afirmar que sin tomar en cuenta el número de factores valorados en la presente matriz, la Cooperativa de Taxis “**SEÑOR DEL BUEN SUCESO**”, en su evaluación de factores internos obtuvo un total de 2,78, lo que significa que la institución posee una fuerte posición interna, con un número significativo de fortalezas importantes, se debe destacar que las fuerzas más importantes son varias de las ventajas diferenciadas como Comunicación radial eficiente operadoras-conductores. Así como también posee personal capacitado y un grupo sólido.

La organización trata de poner su esfuerzo por seguir estrategias que capitalicen las fortalezas internas y neutralicen las debilidades. Lo más importante no consiste en sumar el peso ponderado de las fortalezas y debilidades, lo relevante es comparar el peso ponderado total de las fortalezas contra el peso ponderado total de las debilidades determinando si las fuerzas internas de la organización en su conjunto son favorables o desfavorables, o si el ambiente interno de la misma es favorable o desfavorable, en el caso de la cooperativa las fuerzas internas son favorables con un peso ponderado total de 1.84 contra un 0.94 de las debilidades.

MATRIZ DE EVALUACION DE LOS FACTORES EXTERNOS DE LA COOPERATIVA DE TAXIS “SEÑOR DEL BUEN SOCESO”

Evaluación de factores Externos	Oportunidades				
	1	Las normas legales permiten un correcto funcionamiento.	0,06	1	0,06
	2	Crecimiento poblacional	0,07	4	0,28
	3	Mayor y mejor captación del personal.	0,10	4	0,40
	4	Avances tecnológicos existentes en el país.	0,05	2	0,10
	5	Servicio de radio con índice de crecimiento.	0,07	3	0,21
	6	Renovación de parque automotor disponible (exoneración).	0,04	2	0,08
	AMENAZAS				
	1	Recesión de la economía por la mala implementación de políticas macroeconómicas en el sector.	0,07	1	0,07
	2	Altos índices delincuenciales.	0,10	2	0,20
	3	Vías deterioradas	0,12	3	0,36
	4	Alta competencia en el área.	0,07	1	0,07
	5	Excesivos niveles de contaminación.	0,02	2	0,04
	6	Aumento de los precios en los insumos.	0,05	1	0,05
	7	Riesgo de ingreso de competidores potenciales.	0,07	2	0,14
	8	Aumento de competencia informal.	0,06	3	0,18
	9	Ejecutivos no respetan su objetivo de trabajo	0,05	2	0,10
TOTAL			<u>1,00</u>	-	<u>2,34</u>

Fuente: Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso”, Riobamba 2013

Elaborado por: Adriana Quinata

ANÁLISIS.

Así también podemos observar que la institución en la evaluación de factores externos donde el ponderado promedio es (2.5), obteniendo la cooperativa un total de con un 2,34, lo que se puede interpretar que la organización se encuentra cerca a la media lo cual establece que el medio ambiente externo no sea muy favorable.

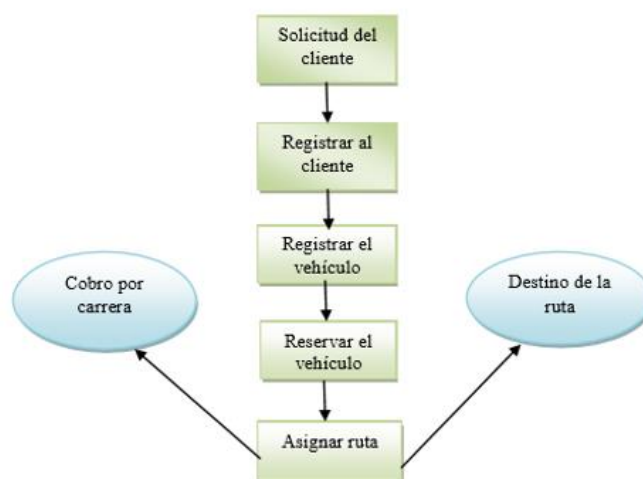
Debe aprovechar las oportunidades externas y evitar las amenazas para de esta manera obtener una mayor rentabilidad para la misma, siempre y cuando se utilice de la mejor manera los recursos de la cooperativa.

FLUJOGRAMAS

La Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso” para una correcta atención a sus clientes puntualiza la operación que realiza mediante el diagrama de flujo, dando a conocer el proceso que efectúa para su funcionamiento.

A continuación, el diagrama de flujo de la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso” en donde da a conocer sus servicios a sus clientes y usuarios.

Gráfico 26. Flujograma del proceso de atención



Fuente: Diagrama de flujo

Elaborado por: Adriana Quinata

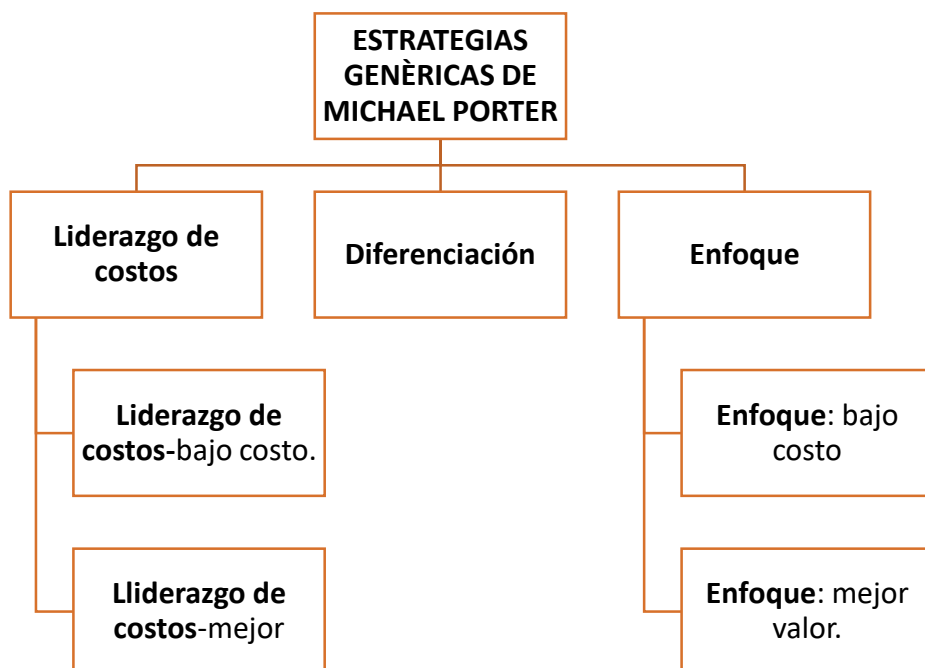
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.

El proceso de la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso” es:

- ❖ Solicitud del cliente. Esta solicitud la realiza el cliente al momento de solicitar el servicio a la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso”.
- ❖ . Registrar al cliente. Se lo realiza para confirmar que la persona que recibe el servicio sea registrada en la base de dato de la cooperativa.
- ❖ Registrar el vehículo. Consiste en apuntar en el registro el vehículo que va a ser asignado para el cliente.
- ❖ Reservar el vehículo. Esto se lo realiza para que el servicio no sea conseguido por otras personas en el día, puesto que ya tiene su agenda reservada para el cliente.
- ❖ Asignar rutas. Se procede a establecer las rutas requeridas por los clientes al taxista de la cooperativa.

4.5.4 Estrategias

Gráfico 27: Estrategias genéricas



Fuente: Estudio Financiera

Elaborado por: Adriana Quinata

4.5.5 Líder en costos

Una estrategia de liderazgo en costos es un amplio enfoque de negocios, en el cual el esfuerzo para operar como empresa de más bajo costo en su ramo es un aspecto importante de la estrategia de una empresa. El liderazgo en costos es una de varias estrategias generales de negocios desarrollados por Michael Porter, reconocido autor y gurú de la gestión de negocios.

La Cooperativa de Taxis cuenta con 98 socios y unidades, realizando un diálogo con los socios nos supo manifestar que al día realizan 40 carreras mínimas adquiriendo \$48 dólares, en las noches realizan 35 a 40 carreras obteniendo \$43,75 a \$50 dólares. Obteniendo mensualmente un total de \$1.440 dólares.

Los gastos que se presentan principalmente es el mantenimiento del vehículo \$100 dólares Mensuales, remuneración al Chofer \$400 dólares, manutención del hogar mensual \$ 400 dólares, y por último aporte a la cooperativa de \$21 dólar, obteniendo una utilidad de \$519 dólares.

Mayor rentabilidad

La Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso” mantendrá su precio fijo establecido, carrera mínima será de \$1,20 de acuerdo con la aprobación por parte de los concejales del municipio de Riobamba el 23 de junio del 2016 con la nueva tarifa, el arranque en el día se ubicaría en 0,40 centavos y la carrera mínima en \$1,20, mientras que por la noche el arranque será de 0,45 centavos y la carrera mínima \$1,25, teniendo mayor utilidad y preferencia por parte de la población Riobambeña.

Nuestra cooperativa procederá hacer convenio con la gasolinera Puruhá en donde las 98 unidades de taxi adquirirán los combustibles en dicha gasolinera, por lo tanto, tendrá una disminución de 0,02 ctv. Del costo normal teniendo mayor utilidad.

La empresa Erco distribuye llantas para todo tipo de vehículos en las diferentes ciudades del Ecuador. La cooperativa de taxis firmara convenio con la empresa para la adquisición de llantas de calidad a un precio económico y con descuentos.

Aumento de participación en el mercado

La Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso” manteniendo sus precios establecidos obtendrá mayor utilidad, aumentará la demanda de los clientes y participación en el mercado.

Para posicionarse en el mercado local la cooperativa de taxis llevara a cabo las siguientes estrategias como son:

- La primera carrera se procederá a cobrar el precio de 1 dólar
- Nuestra cooperativa brindara el servicio de puerta a puerta
- Conductores capacitados con licencia tipo C

La cooperativa tendrá una acogida notable por parte de la población Riobambeña ya que a todas las personas nos gustan los precios más bajos y un trato de calidad.

Sostenibilidad

La Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso” logrando posesionarse en el mercado nuestra institución no tendrá problemas en tiempos económicos difíciles, en momento de crisis que atraviere el sector de transporte terrestre.

Nuestra Cooperativa manteniendo sus precios justos tendrá mayor oportunidad de supervivencia.

Capital en crecimiento

La Cooperativa tendrá mayor utilidad y los aportes por parte de los socios serán de \$50 dólares obteniendo mensualmente \$4900 dólares, para para financiar el crecimiento o nuevas inversiones.

La Cooperativa utilizara sus fondos disponibles en investigación y desarrollo, modernización y tecnología, y la publicidad en radio, prensa y televisión, también

realizará la entrega de afiches a toda la persona que requieran de los servicios de la cooperativa, así atraerá más clientes y será líder en el mercado local y nacional.

El crecimiento de nuestra cooperativa atraerá a los clientes de diferentes entidades tales como públicas y privadas como pueden ser las entidades financieras (Cooperativa Riobamba, Fernando Daquilema, Sagrario, Chibuleo, Mushuk Runa, Banco Pichincha, Austro, Internacional, etc.) Que existen en nuestra ciudad que requerirán de nuestros servicios de puerta a puerta las 24 horas del día.

Análisis de las estrategias

Las estrategias propuestas anteriormente ayudaran a captar más clientes y posesionarse en el mercado, la estrategia planteada para la cooperativa de taxis ayudara a promocionar los servicios que ofrecen y así llegar a todos los habitantes de la ciudad de Riobamba ya que existen personas que desconocen la existencia de la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso”.

4.6 PLAN DE MARKETING

1. Estrategias de las 4 P Marketing

1.1. Producto

La cooperativa de taxis “Señor Del Buen Suceso” brindara servicios de calidad de acuerdo con la necesidad del cliente como son:

- Servicio de puerta a puerta
- Servicio de encomienda
- Servicio de calidad y confort
- Servicios adicionales

1.2. Precio

Competir con cooperativas con mayor trascendencia en el medio es muy arriesgado y en el caso de precios lo es más aun, se tratará de ser justo y claro respecto a los precios.

- Nuestra Cooperativa será transparente en los precios la carrera mínima será de \$1,20.
- Se realizará descuentos por viajes largos es decir cuando salgan de la provincia de Chimborazo.
- Rebajasen su precio a sus clientes fijos por el tercer servicio solicitado por la misma persona.

1.3. Plaza

El mercado al que esta dirijo la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso” abarca toda la ciudad de Riobamba entre adultos, puesto que cubre gran parte de sus necesidades.

El punto de servicio de la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso” se encuentra ubicado en la ciudadela la politécnica.

1.4. Promoción

La publicad será uno de los principales recursos que se utilizará para posesionar a la cooperativa en la mente de la población.

Radial: Promocionar servicios que brinda la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso” a través de anuncios en radios locales de mayor sintonía.

Página Web: Creación de la página Web que permita dar a conocer a nivel local, regional, nacional y mundial los servicios que presta la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso”.

Facebook: Crear una cuenta en el Facebook para informar a la comunidad los acontecimientos importantes en la cooperativa y por ende promocional los productos y servicios de la cooperativa.

Publicidad en movimiento: Colocar papeletas publicitarias laterales en las diferentes ciudadelas de la ciudad de Riobamba para cubrir varios puntos focales de la provincia.

Rotulación móvil para el vehículo de los socios y los familiares de los socios, para pasear la marca de forma creativa.

Trípticos: Elaboración de trípticos con la información a cerca de: misión, visión, principios y valores, ubicación y servicios que ofrece la cooperativa, etc. Los mismos que serán entregados a la hora de brindar servicio a sus clientes, esferos con la identificación de la cooperativa de taxis y más trípticos con la promoción de los servicios que ofrece nuestra institución serán entregados en las fiestas de nuestra ciudad.

4.7 PLAN FINANCIERO

Este plan muestra de manera condensa toda la información económica complementada en los planes anteriores esto se lo realiza con la finalidad de tomar las mejores decisiones es por ello que se pretende determinar ganancia o pérdida proyectada a lo largo de 5 años.

Tabla 37: Ingresos proyectados

Productos/Servicios	\$	Proyección Ingresos				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Aporte socios	\$ 21,00	\$ 2.572,50	\$ 3.215,63	\$ 4.019,53	\$ 5.024,41	\$ 6.280,52
Fondos Mortuorio	\$ 1,00	\$ 122,50	\$ 153,13	\$ 191,41	\$ 239,26	\$ 299,07
Fondos navideños	\$ 1,50	\$ 183,75	\$ 229,69	\$ 287,11	\$ 358,89	\$ 448,61
Aporte unión de cooperativas	\$ 2,00	\$ 245,00	\$ 306,25	\$ 382,81	\$ 478,52	\$ 598,14
Venta de puesto de taxi	\$ 25.000,00	\$ 50.000,00	\$ 55.000,00	\$ 60.500,00	\$ 66.550,00	\$ 73.205,00
TOTAL	\$ 25,50	\$ 53.123,75	\$ 58.904,69	\$ 65.380,86	\$ 72.651,07	\$ 80.831,34

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Adriana Quinata

Tabla 38: Egresos proyectados

Servicios	Proyección Egresos				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Crédito de ahorro a socios	\$ 51,45	\$ 56,60	\$ 62,25	\$ 68,48	\$ 75,33
Gatos Mortuorios	\$ 900,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Servicio de radio	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 550,00
Ayudas por enfermedad	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00
Movilización	\$ 350,00	\$ 385,00	\$ 423,50	\$ 465,85	\$ 512,44
TOTAL	\$ 2.301,45	\$ 2.941,60	\$ 2.985,75	\$ 3.034,33	\$ 3.087,76

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Adriana Quinata

Tabla 39: Gastos Administrativos

Descripción	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente General	\$ 470,33	\$ 5.643,90	\$ 5.926,10	\$ 6.222,40	\$ 6.533,52	\$ 6.860,20
Presidente	\$ 397,16	\$ 4.765,96	\$ 5.004,26	\$ 5.254,47	\$ 5.517,19	\$ 5.793,05
Centralistas	\$ 386,71	\$ 4.640,54	\$ 4.872,57	\$ 5.116,20	\$ 5.372,01	\$ 5.640,61
Centralistas	\$ 386,71	\$ 4.640,54	\$ 4.872,57	\$ 5.116,20	\$ 5.372,01	\$ 5.640,61
Centralistas	\$ 386,71	\$ 4.640,54	\$ 4.872,57	\$ 5.116,20	\$ 5.372,01	\$ 5.640,61
Personal de limpieza	\$ 104,52	\$ 1.254,20	\$ 1.316,91	\$ 1.382,76	\$ 1.451,89	\$ 1.524,49
Útiles de oficina	\$ 47,45	\$ 569,40	\$ 597,87	\$ 627,76	\$ 659,15	\$ 692,11
Parqueadero	\$ 12,00	\$ 144,00	\$ 151,20	\$ 158,76	\$ 166,70	\$ 175,03
Pago de SS. BB	\$ 125,00	\$ 1.500,00	\$ 1.575,00	\$ 1.653,75	\$ 1.736,44	\$ 1.823,26
Honorarios y dietas	\$ 100,00	\$ 1.200,00	\$ 1.260,00	\$ 1.323,00	\$ 1.389,15	\$ 1.458,61
TOTAL	\$ 2.416,59	\$ 28.999,08	\$ 30.449,03	\$ 31.971,49	\$ 33.570,06	\$ 35.248,56

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Adriana Quinata

Tabla 40: Gastos de Publicidad

N°	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Publicidad	\$ 325,00	\$ 341,25	\$ 358,31	\$ 376,23	\$ 395,04
TOTAL		\$ 325,00	\$ 341,25	\$ 358,31	\$ 376,23	\$ 395,04

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Adriana Quinata

Gastos en publicidad de los servicios que oferta la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso” que se incurre al realizar estas promociones para que la cooperativa sea reconocido y puedan incrementar más clientes.

Depreciaciones

Tabla 41: Tabla de depreciación

Activo	Valor del Activo	Vida Útil (años)	Depreciación Anual					Valor Residual
			1	2	3	4	5	
Computadoras de mesa	\$ 1.500,00	3	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ -	\$ -	\$ 1.500,00
Impresoras	\$ 328,00	3	\$ 109,33	\$ 109,33	\$ 109,33	\$ -	\$ -	\$ 328,00
Proyector	\$ 980,00	3	\$ 326,67	\$ 326,67	\$ 326,67	\$ -	\$ -	\$ 980,00
Lapto	\$ 750,00	3	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ -	\$ -	\$ 750,00
Sillas	\$ 1.500,00	10	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 750,00
Silla gerencia	\$ 140,00	10	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 70,00
Archivadores	\$ 240,00	10	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 120,00
Mesa sesiones	\$ 400,00	10	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 200,00
Escritorios	\$ 450,00	10	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 225,00
Grapadora	\$ 6,70	10	\$ 0,67	\$ 0,67	\$ 0,67	\$ 0,67	\$ 0,67	\$ 3,35
Perforadora	\$ 8,60	10	\$ 0,86	\$ 0,86	\$ 0,86	\$ 0,86	\$ 0,86	\$ 4,30
TOTAL	\$ 6.303,30	\$ 82,00	\$ 1.460,53	\$ 1.460,53	\$ 1.460,53	\$ 274,53	\$ 274,53	\$ 4.930,65

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Adriana Quinata

La depreciación es una disminución del valor o del precio de algo. Esta caída puede detectarse a partir de la comparación con el valor o el precio previo, o en relación con otras cosas de su misma clase.

Amortización

Tabla 42: Tabla de amortización

Activo	Valor del Activo	Vida Útil (años)	Amortización anual					Valor Residual
			1	2	3	4	5	
Gastos de constitución	900,00	5	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ -
Gastos de instalación	800,00	5	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ -
TOTAL	\$ 1.700,00	\$ 10,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ -

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Adriana Quinata

Las amortizaciones son reducciones en el valor de los activos o pasivos para reflejar en el sistema de contabilidad cambios en el precio del mercado u otras reducciones de valor.

Evaluación económica

Tabla 43: Estado de resultados

RUBROS / AÑOS DE VIDA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 5
Ingresos por servicio	\$ 53.123,75	\$ 58.904,69	\$ 65.380,86	\$ 80.831,34
Egresos por servicio	\$ 2.301,45	\$ 2.941,60	\$ 2.985,75	\$ 3.087,76
= Utilidad Bruta	\$ 55.425,20	\$ 61.846,28	\$ 68.366,61	\$ 83.919,11
- Gastos de Administración	-\$ 31.075,08	-\$ 32.628,83	-\$ 34.260,28	-\$ 37.771,95
- Gastos de Publicidad	-\$ 325,00	-\$ 341,25	-\$ 358,31	-\$ 395,04
- Gastos Financieros	-\$ 1.155,21	-\$ 954,33	-\$ 739,39	-\$ 263,31
= Utilidad antes de Impuestos	\$ 22.869,91	\$ 27.921,87	\$ 33.008,64	\$ 45.488,80
- 15% Participación Trabajadores	-\$ 3.430,49	-\$ 4.188,28	-\$ 4.951,30	-\$ 6.823,32
- Impuesto a la Renta	-\$ 5.717,48	-\$ 6.980,47	-\$ 8.252,16	-\$ 11.372,20
= Utilidad Neta	\$ 13.721,95	\$ 16.753,12	\$ 19.805,18	\$ 27.293,28

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Adriana Quinata

Tabla 44: Balance general

RUBROS / AÑOS DE VIDA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 4	Año 5
ACTIVO CORRIENTE	\$ 32.700,08	\$ 45.352,84	\$ 60.835,89	\$ 99.550,96	\$ 123.697,16
Caja	\$ 32.700,08	\$ 45.352,84	\$ 60.835,89	\$ 99.550,96	\$ 123.697,16
ACTIVO FIJO	\$ 6.857,40	\$ 5.396,87	\$ 3.936,34	\$ 2.201,28	\$ 1.926,75
Equipo de computo	\$ 3.558,00	\$ 3.558,00	\$ 3.558,00	\$ 3.558,00	\$ 3.558,00
Muebles y enseres de oficina	\$ 2.730,00	\$ 2.730,00	\$ 2.730,00	\$ 2.730,00	\$ 2.730,00
Utilices de oficina	\$ 569,40	\$ 569,40	\$ 569,40	\$ 569,40	\$ 569,40
- Depreciaciones	\$ 0,00	-\$ 1.460,53	-\$ 2.921,06	-\$ 4.656,12	-\$ 4.930,65
ACTIVO DIFERIDO	\$ 1.700,00	\$ 1.360,00	\$ 1.020,00	\$ 340,00	\$ 0,00
Gastos diferidos	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00
- Amortizaciones	\$ 0,00	-\$ 340,00	-\$ 680,00	-\$ 1.360,00	-\$ 1.700,00
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 41.257,48	\$ 52.109,71	\$ 65.792,23	\$ 102.092,24	\$ 125.623,91
PASIVO	\$ 16.502,99	\$ 13.633,28	\$ 10.562,68	\$ 3.761,61	\$ 0,00
Corriente	\$ 2.869,72	\$ 3.070,60	\$ 3.285,54	\$ 3.761,61	\$ 0,00
No Corriente	\$ 13.633,28	\$ 10.562,68	\$ 7.277,14	\$ 0,00	\$ 0,00
PATRIMONIO	\$ 24.754,49	\$ 38.476,43	\$ 55.229,56	\$ 98.330,63	\$ 125.623,91
Capital	\$ 24.754,49	\$ 24.754,49	\$ 24.754,49	\$ 24.754,49	\$ 24.754,49
Resultados del Ejercicio	\$ 0,00	\$ 13.721,95	\$ 16.753,12	\$ 23.295,89	\$ 27.293,28
Resultados Acumulados	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 13.721,95	\$ 50.280,25	\$ 73.576,14
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 41.257,48	\$ 52.109,71	\$ 65.792,23	\$ 102.092,24	\$ 125.623,91

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Adriana Quinata

El balance general muestra la situación patrimonial de la Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso”, lo cual nos ayuda a entender la estructura financiera que la compone, es decir los recursos con los que cuenta y la manera en que están siendo aprovechados en un periodo determinado de tiempo

Tabla 45: Flujo neto de efectivo

RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por servicio		\$ 53.123,75	\$ 58.904,69	\$ 65.380,86	\$ 72.651,07	\$ 80.831,34
Egresos por servicio		\$ 2.301,45	\$ 2.941,60	\$ 2.985,75	\$ 3.034,33	\$ 3.087,76
- Gastos de Administración		-\$ 31.075,08	-\$ 32.628,83	-\$ 34.260,28	-\$ 35.973,29	-\$ 37.771,95
- Gastos de Publicidad		-\$ 325,00	-\$ 341,25	-\$ 358,31	-\$ 376,23	-\$ 395,04
- Gastos Financieros (Intereses)		-\$ 1.155,21	-\$ 954,33	-\$ 739,39	-\$ 509,40	-\$ 263,31
= Utilidad antes de Impuestos		\$ 22.869,91	\$ 27.921,87	\$ 33.008,64	\$ 38.826,49	\$ 45.488,80
- 15% Participación Trabajadores		-\$ 3.430,49	-\$ 4.188,28	-\$ 4.951,30	-\$ 5.823,97	-\$ 6.823,32
- Impuesto a la Renta		-\$ 5.717,48	-\$ 6.980,47	-\$ 8.252,16	-\$ 9.706,62	-\$ 11.372,20
= Utilidad Neta		\$ 13.721,95	\$ 16.753,12	\$ 19.805,18	\$ 23.295,89	\$ 27.293,28
+ Depreciaciones		\$ 1.460,53	\$ 1.460,53	\$ 1.460,53	\$ 274,53	\$ 274,53
+ Amortizaciones		\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00
- Pago Préstamo (Capital)		-\$ 2.869,72	-\$ 3.070,60	-\$ 3.285,54	-\$ 3.515,53	-\$ 3.761,61
+ Valor de Salvamento						\$ 4.930,65
- Inversiones						
Fija	-\$ 6.857,40					
Diferida	-\$ 1.700,00					
Capital de Trabajo	-\$ 32.700,08					
= Flujo Neto de Efectivo	-\$ 41.257,48	\$ 12.652,76	\$ 15.483,05	\$ 18.320,17	\$ 20.394,90	\$ 29.076,85

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Adriana Quinata

Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

Para el cálculo del valor actual neto utilizamos los datos obtenidos del flujo neto de efectivo con la siguiente formula:

$$VAN = -C_o + \sum_{t=1}^N \frac{FCN_t}{(1+i)^t}$$

Tabla 46: Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

AÑOS	FLUJO NETO EFECTIVO (FNE)	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 41,257.48	1.000000	-\$ 41,257.48	-\$ 41,257.48
1	\$ 12,652.76	0.847458	\$ 10,722.68	-\$ 30,534.80
2	\$ 15,483.05	0.718184	\$ 11,119.69	-\$ 19,415.11
3	\$ 18,320.17	0.608631	\$ 11,150.22	-\$ 8,264.89
4	\$ 20,394.90	0.515789	\$ 10,519.46	\$ 2,254.57
5	\$ 29,076.85	0.437109	\$ 12,709.76	\$ 14,964.33

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Adriana Quinata

INTERPRETACIÓN:

El Valor Actual Neto (VAN) obtenido en este proyecto es de: **\$ 14,964.33**

Al obtener un saldo del VAN positivo se concluye que el proyecto ES VIABLE

Calculo de Tasa Interna de Retorno-TIR

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

Tabla 47: Calculo de Tasa Interna de Retorno-TIR

TIR=	31,04%
------	--------

Para determinar el valor de la Tasa Interna de Retorno se toma los valores del flujo neto del Efectivo de los 5 años que se realizó la proyección y se procede aplicar la formula en Excel para obtener el valor dando como resultado un TIR de 31.04%

CÁLCULO DEL PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 41,257.48	1.000000	-\$ 41,257.48	-\$ 41,257.48
1	\$ 12,652.76	0.847458	\$ 10,722.68	-\$ 30,534.80
2	\$ 15,483.05	0.718184	\$ 11,119.69	-\$ 19,415.11
3	\$ 18,320.17	0.608631	\$ 11,150.22	-\$ 8,264.89
4	\$ 20,394.90	0.515789	\$ 10,519.46	\$ 2,254.57
5	\$ 29,076.85	0.437109	\$ 12,709.76	\$ 14,964.33

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Adriana Quinata

$$PRI = \text{Año Últ. Neg. FNE Act. y Acum.} \left\{ \left| \frac{\text{Último Neg. FNE Act. y Acum.}}{\text{FNE Actualizado del Año Siguiente}} \right| * 12 \right\}$$

PRI=	3 años, 9 mes(es)
-------------	-------------------

El Período de Recuperación de Inversión (PRI) del Proyecto es de: 3 años, 9 meses

Calculo de Relación Beneficio Costo

Tabla 48: Tabla de cálculo de relación beneficio costo (RBC)

AÑOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	0.847458	\$ 53,123.75	\$ 35,496.88	\$ 45,020.13	\$ 30,082.11
2	0.718184	\$ 58,904.69	\$ 36,866.01	\$ 42,304.43	\$ 26,476.59
3	0.608631	\$ 65,380.86	\$ 38,299.57	\$ 39,792.81	\$ 23,310.30
4	0.515789	\$ 72,651.07	\$ 39,893.25	\$ 37,472.62	\$ 20,576.49
5	0.437109	\$ 80,831.34	\$ 41,518.07	\$ 35,332.12	\$ 18,147.93
				\$ 199,922.11	\$ 118,593.42

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Adriana Quinata

Beneficio Costo= \$1,25

$$R\ B/C = \frac{\text{SUMA DE INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{SUMA DE EGRESOS ACTUALIZADOS} + \text{INVERSION}}$$

Es por esta razón que se determina que el proyecto es aceptado ya que tenemos una Relación Beneficio Costo de 1,25 es decir mayor a 1, por lo que significa que está esperando que por cada \$ 1 invertido se gana 0,25 centavos.

4.7.1 Plan de trabajo

Nombre/ perspectiva	Objetivo	Indicadores			Responsable	Frecuencia de Reporte
		Nombre	Formula	Meta		
Perspectiva de Marketing	Realizar ofertas innovadoras para superar a la competencia interna.	Nivel de ofertas de la cooperativa	Ofertas realizadas / total ofertas planificadas	Ofertar servicios Mensualmente para que haya más acogida de los clientes	Gerente	Mensual
	Realizar publicidad en los diferentes medios como: radio, televisión, redes sociales.	Nivel de publicidad en los diferentes medios	Publicidad / total de publicidad	Efectuar la publicidad 1 veces por día	Gerente	Cuatrimestral
Perspectiva de los Procesos	Brindar servicio de calidad, mejor que la competencia.	Calidad del servicio	Total de Servicio entregado-con quejas / número de servicios	evaluar los servicios por medio de los clientes semestralmente	Gerente	Trimestral
	Controlar a los trabajadores del área de servicio.	Servicios	unidades servicio / h. Hombre y mujeres	Efectuar controles en los servicios cada semana para evitar falencias en los servicios.	Gerente	Trimestral

Perspectiva Administrativa	Realizar charlas de motivación para los trabajadores.	Motivación	# charlas motivacionales / Total charlas motivacionales planificadas	ejecutar 6 charlas en el año	Gerente	Trimestral
	Dar a conocer a los trabajadores el plan estratégico.	Conocimiento Plan estratégico	# de trabajadores que conocen el plan / total de trabajadores	todos los trabajadores de la cooperativa deben conocer la planificación estratégica	Gerente	Trimestral
Perspectiva Financiera	Incrementar la rentabilidad y crecimiento económico de la cooperativa de taxis.	Rentabilidad	rentabilidad de la cooperativa / servicio entregado	Reducir los costos de los servicios de transporte largos, para de esta forma tener precios más cómodos,	Gerente	Trimestral
	Aumentar las utilidades	Utilidades	ventas- costo		Gerente	Trimestral
Perspectiva Cliente	Incrementar los clientes	Satisfacción del cliente	% de crecimiento de los clientes actuales, encuestas, n° de quejas del cliente	incremento en un 30% mensual	Gerente	Trimestral
	Brindar un servicio excelente a los clientes para que adquieran la fidelidad a la cooperativa					

CONCLUSIONES

- ✚ La población encuestada está concentrada en rango de edades comprendidas de 60 años en adelante, del cual el 29% utilizan a diario el transporte de taxis para trasladarse a su destino.
- ✚ La cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso” no cuenta con un plan de marketing para realizar publicidad y promoción de sus servicios a la población a la población.
- ✚ De las encuestas realizadas a toda la población Riobambeña el 93% están interesados en ser socios de nuestra Cooperativa de Taxis “Señor Del Buen Suceso”.

RECOMENDACIONES

- ✚ La Cooperativa de Taxis “Señor del Buen Suceso” debe brindar servicios direccionados a este segmento, ya que las personas mayores de los 60 años utilizan con más frecuencia las unidades de taxis.
- ✚ Implementar el plan de publicidad y promoción de los servicios que oferta la cooperativa de taxis con el fin de posesionar a la cooperativa en la mente de la población e incrementar socios y clientes logrando obtener mayor liquidez.
- ✚ Captar la demanda insatisfecha mediante la prestación de nuestros servicios de transporte terrestre

BIBLIOGRAFIA

- Andrade, S. (2010). *Diccionario de la Economía*. 3ª. Ed. Madrid: Andrade.
- Ayto, B. (2011). *Plan de negocio*. Moscú: Mad, S.L.
- Centro de exportaciones e inversiones. (2010). "*Manual Básico para Elaborar Plan de Negocio para PYMEs*". Managua: Pervan.
- Chiriboga L. (2009). *Diccionario Técnico financiero*. 5ª. Ed. Quito: Casa de la Cultura Ecuatoriana "Benjamín Carrión".
- Asamblea Nacional Constituyente (2008). *Estatuto de la cooperativa de transporte*. Montecristi: Asamblea Nacional Constituyente.
- Dávalos, N. (2010). *Diccionario de contabilidad de administración y auditoria*. Quito: Síntesis S.A.
- Díaz-Granados, S. (2010). *Manual para la elaboración de planes de negocios*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Diez De Castro, R. (2012). *Administración de Empresas*. Madrid: Pirámide.
- García, G. (2013). *Guía para elaborar Planes de Negocio*. 2ª. Ed. Quito: Ecuador.
- García, J. (2011). *La importancia de planeación financiera en la elaboración de planes de negocio y su impacto en el desarrollo empresarial*. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada.
- Geraldine, R. (2011). *La gerencia en el plan de negocios*. Washington: Universidad del Norte.
- Ghemawat, P. (2013). *Planeación estratégica de un negocio*. Paraguay: Revistas "Desarrollo Económico".
- Gonzalez, D. (2007). *Plan de negocios para emprendedores*. México: McGraw-Hill.
- Koontz, H. (2014). *Administración de una perspectiva global y empresarial*. México: McGraw-Hill.
- Levin, R. (1988). *Estadística Para Administradores*. México: Prentice -Hall.
- Mullins, J. (2014). *Administración de Marketing*. 5ª. Ed. México: McGraw-Hill.
- Munch, L. (2011). *Planeación estratégica*. 2ª. Ed. México: Trillas.
- Pinson, L. (2013). *Anatomía de un plan de negocios*. Chicago: Createspace Independent Publishing Platform.
- Porter, M. (2011). *Estrategia*. México: Continental S.A.

- Salazar, R. (2010). *Formulación y Evaluación de un plan de negocio*. Quito: Fenix Comunicaciones.
- Samuelson, P. & Nordhaus, W. (2009). *Que es Demanda*. Madrid: McGraw-Hill.
- Thompon, A., Petera, M., Gamble, J., & Strickland, A. (2012). *Administración Estratégica*. México: McGraw-Hill.
- Vergara, E. (2011). *Manual para trabajadores sociales*. Buenos Aires: Humanitas.
- Villarán, W. (2012). *Plan de Negocios*. Lima: Limusa.
- Viniegra, S. (2013). *Entiendo el plan de negocios*. Buenos Aires: Lightning Course Inc.